

Содержание

Введение	3
Глава 1 Этика делового общения в сфере гостиничного сервиса	5
1.1 Правила поведения персонала гостиницы	5
1.2 Стиль обслуживания гостей	8
1.3 Стиль обслуживания клиентов в гостинице	10
1.4 Роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг	13
1.5 Корпоративный имидж	17
1.6 Психологическая культура сервиса	24
Глава 2 Этика делового общения в отеле «Ибис»	28
2.1 Характеристика отеля «Ибис»	28
2.2 Анализ делового общения в отеле «Ибис»	32
Заключение.....	37
Список использованной литературы.....	39

					КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021			
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата				
Студент	Андреева В.В.				Этика делового общения в сфере гостиничного сервиса	Лит.	Лист	Листов
Руководитель	Яковлев Е.Г.						2	39
						ЧТСТГХ		

Введение

В условиях становления и развития отечественного рынка сервисных услуг развивается, как целая отрасль, сфера гостеприимства. В нашей стране гостинично-ресторанный и туристский бизнес по многим причинам не достиг такого размаха, как в некоторых других странах, изучение экономических и управленческих основ его еще не превратилось в самостоятельную отрасль экономической науки, а менеджмент и маркетинг услуг гостеприимства только недавно стали изучать на научной основе.

Тем не менее, уже сейчас нарастает интерес руководителей предприятий сферы услуг к психологическому обеспечению их деятельности. Именно в сфере гостеприимства, где продуктом являются услуги, большую роль играет межличностное взаимодействие людей. Успешность персонала в общении с клиентами, общий психологический фон в коллективе играют важную роль в эффективном функционировании данного предприятия.

В последнее время можно наблюдать рост конкуренции во всех областях экономики развитых стран. Самая важная проблема состоит в привлечении клиентов и создании высочайшего уровня предлагаемого сервиса.

Как и любая другая сфера экономики, индустрия гостеприимства нуждается в определенной структуре и целостности, которые обеспечивали бы ее конкурентоспособность.

В структуру индустрии гостеприимства входят:

- 1) предприятия общественного питания;
- 2) транспортные услуги;
- 3) культурно-развлекательные услуги.

Большое внимание уделяется вопросу привлечения клиентов со стороны других предприятий. Это связано, прежде всего, со свойствами услуги как товара. Услуга неосвязаема и нематериальна. Процесс реализации услуги зависит от процесса ее производства. По этой причине качество услуг находится в

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		3

непосредственной зависимости от эмоционального и психологического состояния потребителя, а также работы самого персонала.

Различные фирмы индустрии гостеприимства не могут использовать традиционные стратегии или методы продвижения услуг в отношении потребителей, так как ужесточение конкуренции приводит к необходимости разработки новых программ и генерированию идей по привлечению и удержанию клиентов.

Гостеприимство означает радушие по отношению к гостям, или любезный прием гостей. Другими словами, данное понятие можно объяснить, как производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к туристу и способность чувствовать его пожелания и потребности. Индустрия гостеприимства и заключается в том, чтобы предоставить туристу как потенциальному потребителю домашний уют и создать ту обстановку, которая бы отвечала всем запросам и требованиям клиента.

Цель исследования – рассмотреть особенности делового общения в сфере гостеприимства.

Задачи исследования:

- 1 рассмотреть основы этики делового общения в сфере гостиничного сервиса;
- 2 проанализировать роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг;
- 3 определить значение корпоративного имиджа гостиницы в деловом общении;
- 4 обосновать значение психологической культуры сервиса.

Объект исследования – основополагающие характеристики делового общения.

Предмет исследования – отель «Ибис».

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		4

Глава 1 Этика делового общения в сфере гостиничного сервиса

1.1 Правила поведения персонала гостиницы

Говоря о культуре поведения работников сферы гостиничного сервиса, выделяют две стороны: контакты с клиентом и контакты с персоналом, которые подразумевают в первую очередь организацию проживания и самое главное – общение с клиентом. Независимо от интерьера и условий проживания в гостинице крайне важным остаются уровень обслуживания и общение с клиентом.

Гостиница является предприятием, деятельность которого направлена на обслуживание отечественных и иностранных гостей. Поэтому неукоснительным правилом для персонала является уважительное отношение к любым культурным традициям и образу мышления, а также готовность к общению без предрассудков со всеми. Гордостью любой гостиницы является персонал, способный говорить на разных языках и производить хорошее впечатление на гостей уровнем своих знаний и гибкостью общения.

Целью обслуживающего персонала является создание открытой, дружественной атмосферы, поэтому, обращаясь к гостю по имени или фамилии, любой работник гостиницы сможет добиться расположения гостя. Гости и сотрудники должны строить свои отношения на взаимном уважении, становясь равноправными деловыми партнерами. Необходимо, чтобы каждый гость мог обратиться к любому сотруднику гостиницы со своими проблемами и заботами и его ожидания оправдались. Именно такой уровень обслуживания является гарантией успеха и конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг.

Необходимо постоянно проявлять заботу о гостях, потому что гость – это самая важная персона, независимо от того, позвонил ли он, написал письмо или пришел лично.

Гость – это не кто-то, кто мешает работе персонала, напротив, он – главная причина, по которой трудится весь персонал. Обслуживание гостей не должно

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		5

выглядеть как одолжение. Наоборот, это гости оказывают любезность, давая возможность каждому сотруднику проявить себя и заработать.

Гость – не тот человек, с которым следует спорить или которому следует доказывать, кто сильнее. Гость всегда прав.

Каждый сотрудник гостиницы должен понимать, что качество – это не недоступная роскошь, а неусыпное внимание к потребностям гостей. Персонал любой гостиницы должен быть открыт для перемен и новых путей постоянного совершенствования обслуживания гостей.

Немаловажную роль играют и взаимоотношения персонала между собой. Если персонал гостиницы многонационален, сотрудники должны относиться друг к другу с уважением независимо от положения и культурных различий. Должностные лица, начальники отделов и департаментов, а также весь остальной персонал должны знать друг друга и общую организационную структуру. Очень важен навык персонала работать в команде. Необходимым для работы являются принцип демократического управления и возможность профессионального роста и повышения квалификации.

Каждый член коллектива становится единым целым с теми товарами и услугами, которые предоставляет гостиница.

Культура поведения гостиничного работника включает в себя все стороны внешней и внутренней культуры человека, а именно: правила обхождения и обращения, умение правильно выражать свои мысли, соблюдать речевой этикет.

Вежливость свидетельствует о культуре человека, его отношении к работе и к коллективу.

Для гостиничного работника очень важно быть тактичным во взаимоотношениях с гостями, постоянно помнить об уважении к человеку.

Тактичное поведение гостиничных работников складывается из ряда факторов.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		6

Главный из них – это умение не замечать ошибок и недостатков в поведении гостей, не акцентировать на них внимание, не проявлять излишнего любопытства к их одежде, обычаям, традициям.

Нельзя задавать ненужных вопросов, рассказывать о своих делах, проявлять назойливость.

Нельзя показывать гостю, нравится он тебе или нет, делать ненужные замечания, читать нравоучения, высказывать различные претензии, расспрашивать гостей об их личной жизни.

Необходимо вести себя тактично и по отношению к посетителям гостей – нельзя расспрашивать их о цели визита, а так же заходить в номер без разрешения проживающего.

Тактичность проявляется и во внимании к гостю. Если гость заболел, нужно помочь ему достать лекарство, позвонить по телефону. Особенно внимательными и тактичными надо быть к пожилым людям, прощать их слабости – ведь они часто рассеяны, забывчивы и ранимы.

Достоинство и скромность – обязательные для гостиничного работника черты человеческого характера.

Если скромность требует сдержанности и такта в общении, то дисциплина – соблюдения установленного порядка, аккуратности, точности. Скромность и дисциплина предполагают и высокое чувство ответственности за порученный участок работы.

Хотя гостиница предназначена для краткого проживания в ней, в силу обстоятельств часть гостиничного фонда бывает занята гражданами, проживающими в них длительное время в связи с длительными командировками, со специальными работами, подготовкой диссертаций, научными командировками, представительством различных организаций или иностранных фирм и т.д.

Длительные контакты гостей с обслуживающим персоналом иногда приводят к фамильярности, выходящей за рамки служебных взаимоотношений.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		7

Обслуживающий персонал должен помнить всегда, что этаж или комната горничных – это прежде всего служебные помещения, а персонал, занятый в смене, находится при исполнении служебных обязанностей.

Культура поведения и общения связаны и с понятием культуры речи. Гостиничному работнику необходимо уметь грамотно, ясно излагать свои мысли. За культурой речи, как и за тоном, нужно следить постоянно. Культура речевого этикета предполагает не только умение говорить, но и умение слушать. Внимательно выслушать собеседника, не перебивая его, и проявить при этом искреннее участие – искусство.

Многое зависит от умения правильно встретить гостя. Гость должен быть встречен в администраторской и на этаже приветливой фразой: «Добро пожаловать в нашу гостиницу!».

Ему должны быть даны краткая характеристика гостиницы и точная информации о порядке проживания, об услугах, которыми он может воспользоваться.

Провожая гостя, администрация и работники этажа помимо вежливого прощания должны обязательно пожелать гостю доброго пути и пригласить снова, посетить отель. Разумеется, это не имеет ничего общего с раболепством и заискиванием перед гостями.

Гость с первого шага при входе в гостиницу и до самого отъезда из нее должен чувствовать уважение к себе.

1.2 Стил ь обслуживания гостей

Каждый из сотрудников гостиницы вносит свой вклад в создание у гостя хорошего впечатления о гостинице. Поэтому, разговаривая по телефону, общаясь лично или в письменной форме, мы обязаны вести себя «стильно» как с гостями, так и с коллегами. Идея «стиля» осуществляется благодаря соблюдению следующих правил.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		8

«Лицо» персонала

Разговаривая с гостем или коллегой, сотрудники гостиницы должны быть вежливы, доброжелательны, дружелюбны. Человека следует приветствовать следующими словами: «Доброе утро», «Добрый день», «Добрый вечер».

Следует быть внимательными к просьбам гостя. В этом случае любой сотрудник гостиницы должен дать совет или оказать необходимую помощь. При разговоре с гостем настроение персонала должно быть только со знаком плюс.

Если персонал гостиницы знает гостя по имени, то и обращаться к нему следует следующим образом: «Добро пожаловать в гостиницу, господин Иванов, надеемся, что Ваша поездка будет удачной... Мы желаем Вам приятно провести время. Если мы что-нибудь можем сделать для Вас, пожалуйста, обращайтесь к нам в любое время».

Прощаясь с гостем, тоже необходимо обратиться к нему по имени: «До свидания, господин Иванов. Счастливого пути, и мы надеемся увидеть Вас снова во время Вашего следующего приезда в наш город».

«Лицо» в корреспонденции

Стильным должен быть и язык персонала в письмах. Вся корреспонденция (факсы, письма, телексы, служебные записки) демонстрирует уровень эффективности работы и профессионализма. В гостинице должны оставаться все копии исходящей корреспонденции. Кроме того, корреспонденция:

- должна получить ответ в течение 24 ч;
- должна быть отпечатана на правильно выбранной бумаге или бланке;
- должна быть красиво отформатирована;
- должна быть адресована конкретному лицу с указанием его полного имени;
- не должна содержать орфографических ошибок;
- не должна быть написанной от руки;
- должна под именем и должностью отправителя всегда содержать подпись.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		9

«Лицо» при телефонных разговорах

Персоналу гостиницы следует так разговаривать с гостем по телефону, как будто он находится перед вашими глазами. Отвечать на звонок следует быстро, не позднее 3-го звонка. Это говорит о вежливости и эффективности работы персонала. Отвечать необходимо на русском и английском языках, но сначала необходимо представиться и представить то место, на которое гость позвонил, а также предложить свою помощь.

Заканчивая телефонный разговор с гостем, имя которого известно, следует обратиться к нему по имени и поблагодарить за звонок. Говорить следует спокойно, медленно, давая гостю возможность обращаться к вам с просьбами.

1.3 Стиль обслуживания клиентов в гостинице

Очень большое значение при приеме клиентов в гостиницу имеет соблюдение определенного стиля обслуживания, то есть совокупности определенных правил и норм поведения персонала при обслуживании гостей гостиницы.

Каждый из сотрудников гостиницы вносит свой вклад в создание у гостя хорошего впечатления о гостинице. Поэтому, разговаривая по телефону, общаясь лично или в письменной форме, мы обязаны вести себя «стильно» как с гостями, так и с коллегами. Говоря о культуре поведения работников сферы гостиничного сервиса, можно выделить две стороны: контакты с клиентом и контакты с персоналом. Независимо от интерьера и условий проживания в гостинице крайне важным остаются уровень обслуживания и общение с клиентом.

Гостиница является предприятием, деятельность которого направлена на обслуживание отечественных и иностранных гостей. Поэтому неукоснительным правилом для персонала является уважительное отношение к любым культурным традициям и образу мышления, а также готовность к общению без предрассудков со всеми. Гордость любой гостиницы – это персонал, который может говорить на

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		10

разных языках и производить хорошее впечатление на гостей уровнем своих знаний и гибкостью общения.

Целью обслуживающего персонала является создание открытой, дружелюбной атмосферы, поэтому, обращаясь к гостю по имени или фамилии, любой работник сможет добиться расположения гостя.

Необходимо, чтобы каждый гость мог обратиться к сотруднику гостиницы со своими проблемами и заботами, и его ожидания оправдались – это и является гарантией успеха и конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг.

Необходимо постоянно проявлять заботу о гостях, потому что гость – это самая важная персона, независимо от того, позвонил ли он, написал письмо и пришел лично.

Гость – это не кто-то, кто мешает работе персонала, напротив, он – главная причина, по которой трудится весь персонал. Обслуживание гостей не должно выглядеть как одолжение.

Наоборот, это гости оказывают любезность, давая возможность каждому сотруднику проявить себя и заработать.

Гость – не тот человек, с которым следует спорить или которому следует доказывать, кто сильнее. Гость всегда прав!

Каждый сотрудник гостиницы должен понимать, что качество – это недоступная роскошь, а неусыпное внимание к потребностям гостей. Персонал любой гостиницы должен быть открыт для перемен и новых путей постоянного совершенствования обслуживания гостей.

Персонал гостиницы должен быть открыт для перемен и новых путей постоянного совершенствования обслуживания гостей. Каждый член коллектива становится единым целым с теми товарами и услугами, которые предоставляет гостиница.

Культура поведения гостиничного работника включает в себя все стороны внешней и внутренней культуры человека: правила обхождения и обращения, умение правильно выражать свои мысли, соблюдать речевой этикет. Очень важно

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		11

также, чтобы персонал следил за своим внешним видом. Вежливость свидетельствует о культуре человека, его отношении к работе и к коллективу. Очень важно быть тактичным во взаимоотношениях с гостями. Г.А. Папирян выделяет ряд факторов тактичного поведения гостиничных работников:

Главный из них – это умение не замечать ошибок и недостатков в поведении гостей, не акцентировать на них внимание, не проявлять излишнего любопытства к их одежде, обычаям, традициям.

Нельзя задавать ненужных вопросов, рассказывать о своих делах, проявлять назойливость.

Нельзя показывать гостю, нравится он тебе или нет, делать ненужные замечания, читать нравоучения, высказывать различные претензии, расспрашивать гостей об их личной жизни.

Необходимо вести себя тактично и по отношению к посетителям гостей – нельзя расспрашивать их о цели визита, а также заходить в номер без разрешения проживающего. Тактичность проявляется и во внимании к гостю. Если гость заболел, нужно помочь ему достать лекарство, позвонить по телефону. Особенно внимательным и тактичным надо быть к пожилым людям, прощать их слабости.

Достоинство и скромность – обязательные для гостиничного работника черты человеческого характера.

Если скромность требует сдержанности и такта в общении, то дисциплина – чувство ответственности за порученный участок работы.

Обслуживающий персонал должен помнить всегда, что этаж или комната горничных – это, прежде всего служебные помещения, а персонал, занятый в смене, находится при исполнении служебных обязанностей.

Культура поведения и общения связаны и с понятием культуры речи. Гостиничному работнику необходимо грамотно, ясно излагать свои мысли.

Язык персонала должен быть красивым как при общении с клиентом лично, так и в письмах, и по телефону. И.Ю. Ляпина рассматривает следующие

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		12

правила, которые персонал гостиницы должен учитывать при обслуживании своих клиентов:

- нет лучшего рекламного агента, чем довольный гость;
- гость никогда не замечает, что вы для него сделали, но прекрасно видит, что вы не сделали для него;
- нужно много времени, чтобы завоевать доверие гостя, но очень мало, чтобы его потерять;
- нет значительных гостей, хорошее обслуживание учитывает интересы каждого;
- не гость должен приспособливаться к персоналу, а персонал гостиницы к нему;
- гость не может вам мешать, он – цель вашей работы. Не вы оказываете услугу, давая разъяснения, а он вам тем, что обратился к вам;
- ваша работа заключается в удовлетворении желаний гостя;
- не делайте различий по внешнему виду и одежде гостей;
- обслуживание гостя – дело каждого сотрудника гостиницы;
- вы не должны показывать разочарования, если гость не остановился в вашей гостинице: вы должны быть к нему вежливым в любом случае, чтобы в будущем он захотел к вам вернуться.

Существует еще масса правил, которых нужно придерживаться персоналу гостиницы, общаясь с гостем, и ряд обязательных и рекомендуемых требований.

1.4 Роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг

Сфера туризма поистине огромна и многогранна. Она направлена на удовлетворение эстетических и физических потребностей человека. Туризм состоит из множества более мелких компонентов, систематизированных в единую организационную структуру. Это и авиакомпании, железнодорожный сервис, рестораны, отели, сфера развлечений и многие другие.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		13

Рассмотрим более подробно гостиничное хозяйство, его роль и влияние на общую систему. Условия размещения клиента во время путешествия – наиболее важная составляющая, играющая огромную роль для самого клиента. Ему необходимо создать идеальные условия проживания вне своего дома, окружить комфортом и уютом, предоставить все то, что он пожелает.

Гостиничное хозяйство, в свою очередь, складывается из нескольких составляющих: размещение, питание, обслуживание, развлечения, дополнительные услуги. Каждый вышеперечисленный элемент гостиничного хозяйства необходимо успешно реализовать и добиться эффективного его функционирования. Весь этот комплекс должен идеально функционировать, создавая для клиента максимальный комфорт и условия для проживания. В принципе, успешная реализация этого комплекса и является гостеприимством.

К сожалению, в различных отелях понятие «гостеприимство» трактуется по-разному. Клиент не всегда получает тот уровень комфорта и обслуживания, на который он изначально рассчитывал. Это происходит по многим причинам: не квалифицированный персонал, своеобразная политика администрации, идущая в разрез с интересами клиентов, отсутствие необходимого потенциала, создание плохих условий для работы сотрудников и пр. В конечном итоге такой подход рано или поздно приведет к полному краху всего предприятия.

В сфере гостеприимства гостиничного хозяйства необходимо придерживаться определенных правил, которые помогут наиболее эффективно оказывать гостиничные услуги, которые полностью устроят любого клиента. Весь спектр гостиничных услуг направлен на удовлетворение потребностей посетителя, которые он должен получать. Находясь вдалеке от своего дома, человек должен чувствовать себя комфортно.

Можно сказать, без преувеличений, что персонал должен чувствовать, предугадывать желания клиента. Добиться такого отношения можно только путем стимулирования хорошей работы персонала и правильным подбором коллектива гостиничного хозяйства. Со стороны персонала необходимо придерживаться

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		14

некоторых правил. В лексиконе не должно быть слова «нет», «не знаю», «не могу». Дружелюбное отношение и приветственная улыбка, сотрудник всегда должен помочь при любой сложившейся ситуации. Клиента нельзя игнорировать ни при каких обстоятельствах, даже если персонал в это время занят. Постоянный клиент ценит то, что персонал знаком с его привычками, особенностями, распорядком дня.

Клиент – основная, главная фигура во всей деятельности гостиничного хозяйства. Этого нужно придерживаться при любых обстоятельствах, строить политику своего предприятия именно на этих принципах. Гостеприимство и гостиничное хозяйство – синонимы, отождествляющие друг друга.

В настоящее время происходит быстрое и стремительное развитие рынка гостиничных услуг.

Одним из ведущих туристических центров нашей страны, где наиболее развита индустрия гостеприимства, является г. Москва. Этот город подвергся достаточно сильному влиянию Европы, что привело к тому, что столица России стала самой дорогой по предоставлению услуг в сфере гостиничного бизнеса и занимает первое место в списке самых дорогих городов мира по версии журнала «Forbes».

В гостиничном бизнесе г. Москва является не только российским, но и европейским лидером.

На российском рынке существуют самые известные международные гостиничные бренды. За последние 20 лет в Москве и Санкт-Петербурге появились гостиницы с мировыми именами – «Sheraton», «Marriott», «Corinthia», «Novotel», «Rocco Forte», «Kempiski» и многие другие.

Большое количество компаний исследует гостиничный рынок с целью расширения сети и гостиниц. Российские города, такие как Екатеринбург, Казань, Новосибирск, Омск, Самара, Уфа и многие другие, привлекательны в рамках перспективы развития гостиничного бизнеса.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		15

В связи с повышением уровня гостиничного бизнеса в России возросли и требования к персоналу, работающему в данной сфере. Если ранее (в 1990-х гг.) в России на руководящие должности в индустрии гостеприимства предпочитали приглашать иностранных специалистов, то на сегодняшний день 85 % менеджеров с высоким уровнем знаний представлены российскими специалистами.

Следует отметить, что между российской и зарубежной школами менеджмента существует ряд значительных различий. Одним из самых главных отличий является трудовая отдача, которая у иностранных специалистов намного выше.

Существует также проблема обучения нового поколения представителей отечественного менеджмента, которая устраняется за счет получения зарубежного образования. В швейцарских школах менеджмента более 50 % студентов являются гражданами России.

Следует отметить, что идеальной модели управления гостиницами не существует, всегда имеют место определенные особенности в управлении гостиницами. Однако для удовлетворения потребностей клиентов специалисты должны следовать строгой управленческой иерархии.

В современных условиях система управления должна обладать такими чертами, как:

- 1) различные уровни управления;
- 2) подразделения, укомплектованные квалифицированными специалистами;
- 3) производство услуг и организация работы, направленные на удовлетворение спроса потребителей.

Гостиничные предприятия имеют определенное внутреннее строение, в котором каждый специалист занимает определенное место. Более подробно внутренняя структура гостиничных предприятий будет рассматриваться в данном издании далее.

Следует помнить, что каждый специалист в гостиничном бизнесе занимает свое место и выполняет обязанности, предусмотренные должностной инструкцией, стремясь сделать предприятие, в котором он работает, самым прибыльным и известным в стране или мире. Слаженная работа специалистов отражается на конечном результате при обслуживании клиентов.

1.5 Корпоративный имидж

Высокие стандарты обслуживания клиентов являются самой важной задачей для руководства гостиничного предприятия, потому что несколько лет назад приоритеты были несколько иными (например, оперативное управление производством). Для поддержания имиджа и конкурентоспособности на рынке услуг предприятию необходимо вырабатывать новые подходы и ставить другие цели, так как успех гостиничного предприятия напрямую связан с имиджем гостиницы.

В сфере индустрии гостеприимства существует такое понятие, как «корпоративный имидж».

Корпоративный имидж – это представление гостиничного предприятия гостям, которые его посещают. Любое предприятие стремится к положительному образу для привлечения новых гостей и партнеров, повышения уровня конкурентоспособности на рынке, ускорения продаж и увеличения их объема. Имидж является своеобразным орудием достижения стратегических целей и задач гостиничного предприятия. Но имидж трудно поддерживать, так как это требует целенаправленной систематической работы.

Персонал в индустрии гостеприимства является одним из важнейших инструментов для поддержания конкурентоспособности предприятия, поэтому качество обслуживания зависит от доброжелательности и мастерства служащих.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		17

Безоговорочное выполнение желаний и потребностей клиента также является залогом успеха. Правильное управление людьми становится одной из приоритетных задач организации гостеприимства.

Чтобы понять истинные процессы функционирования гостиничного предприятия, необходимо проанализировать корпоративную культуру.

В теории гостеприимства наряду с понятием «корпоративная культура» употребляются такие термины, как «человеческие ресурсы», «организационное поведение», «управление персоналом», «деловая культура», «внутренняя культура компании», «кадровая политика».

Не так давно словосочетание «корпоративная культура» было практически никому не известно, но она существовала, а ее элементы были распространены на Западе.

Понятие «корпоративная культура» в настоящее время имеет несколько значений и формулировок. Корпоративная культура представляет собой идеи, взгляды, основополагающие ценности, которые используют в своей деятельности члены организации. Корпоративная культура определяет стиль, манеру поведения и общения персонала с клиентами, а также активность сотрудников. Поэтому неправильно считать, что корпоративная культура является определенным набором признаков, например, таких как униформа.

Корпоративная культура – это совокупность ценностей, идей, норм и правил, принятых на предприятии.

Также корпоративную культуру можно определить, как уровень доверия, гостеприимства, стремления и ценности, разделяемые всеми работниками предприятия. Эта культура может изменяться (например, под воздействием внешнего управленческого звена или неформальных групп в пределах предприятия).

Корпоративная культура возникла еще в прошлом веке. Основателем корпоративной культуры был немецкий генерал-фельдмаршал Хельмут фон Мольтке. Он применил принцип разделения армии по функциональному

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		18

признаку, а затем данный принцип был внедрен в промышленность. Впоследствии по принципу разделения были созданы специализированные предприятия. Так появились основы корпоративной культуры.

Свои правила поведения существовали также в профессиональных сообществах (армии, полиции, медицине и других специализированных организациях).

Профессиональные и иные сообщества имели своеобразную атрибутику. Обычно это были поведенческие знаки, специальная символика или униформа, по которым члены сообщества отличались от других людей. На сегодняшнее время в России при приеме на работу сотрудника работодатель не ограничивается лишь требованиями к образованию, квалификации или анкетными данными. Работодателя интересуют психологические качества потенциального сотрудника. Будущему сотруднику рассказывается об истории создания организации, ее развитии и деятельности в определенном секторе рынка. Данные об особенностях корпоративной культуры становятся известными соискателю в процессе общения с работодателем, после чего выясняется, согласен ли претендент следовать обычаям компании или нет. Новый сотрудник компании не сможет проработать в команде долго, если не любит природу или боится высоты, а корпоративный отдых проводится в лесу или в горах.

В своих исследованиях японские компании выявили важность наличия общих ценностей, взглядов и целей у персонала, так как это координирует совместные усилия по решению текущих проблем и повышает качество предоставляемых услуг.

Сегодня большинство практиков гостиничного бизнеса утверждают, что стратегия гостиничного предприятия, тип людей, этикет могут вполне отражать корпоративную культуру предприятия.

Корпоративная культура занимает важное положение в жизни предприятия и находится под пристальным вниманием руководства. Специально выработанная стратегия и тактика позволяют оказывать влияние на формирование

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		19

корпоративной культуры. Особенности проявления корпоративной культуры зависят от сферы деятельности, например, в банковской сфере существует строгий дресс-код, поведение персонала четко определено. В сфере торговли и продаж стиль общения менее формален, приветствуются энергичность и коммуникабельность.

Что же касается индустрии гостеприимства, то здесь разработаны специальные и обязательные для исполнения правила обслуживания туристов.

Существуют стандарты, по которым определяется уровень обслуживания клиентов.

К подобным стандартам можно отнести время, отведенное на оформление и размещение гостя, требования к внешнему виду сотрудников, требования по знанию сотрудниками иностранных языков и т.д.

Однако данный набор правил не означает соответствующее обслуживание клиента. Важную роль играют и личностные качества персонала, его приветливость, дружелюбие и открытость.

Корпоративная культура влияет на эффективность работы гостиничного предприятия.

Одним из важных направлений является предоставление услуг высокого качества по сравнению с конкурирующими предприятиями индустрии гостеприимства.

Ожидания у клиента формируются на основе опыта гостей, которые уже были в гостинице, а также из других источников.

Если представление о полученной услуге не соответствует ожиданиям клиента, то к данному гостиничному предприятию интерес пропадает. Если предоставленное качество услуг удовлетворяет клиента, то он вернется сюда снова. Неудовлетворенность клиентов ведет к большим потерям на рынке спроса.

Корпоративная культура является рычагом воздействия на персонал гостиничного предприятия и включает различную систему ценностей. В каждом

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		20

гостиничном предприятии существует своя корпоративная программа, которая дает персоналу позитивный настрой, что способствует теплоте приема гостей.

Например, известная в Арзамасе гостиница «Диана» в руководстве по гостеприимному обслуживанию использует девиз: «Вам никогда больше не представится второй возможности для того, чтобы произвести хорошее «первое впечатление».

Данное выражение соответствует ситуации, когда гость впервые приехал в гостиничное предприятие благодаря удачно сделанной рекламе и получил плохое обслуживание. Клиент никогда не вернется в эту гостиницу.

Корпорация «Рэдиссон» нацеливает свой персонал на высокое качество обслуживания своих клиентов. Приветствуются обращения клиентов по поводу неудовлетворительного качества обслуживания. Главными для каждого сотрудника являются слова: «Да, я могу».

Девизом сотрудников гостиниц «Renaissance» (компания «Marriott International») является: «Я сделаю это с удовольствием».

Гостеприимство является сферой по обслуживанию или по предоставлению услуг клиентам. Хорошее обслуживание в гостиничном бизнесе является залогом успеха. Предоставление качественных услуг – это возможность дать гостю немного больше, чем он ожидает. Создание атмосферы гостеприимства является целью любого гостиничного предприятия, поэтому каждый работник берет на себя обязанность по удовлетворению запросов клиента.

Существование корпоративной культуры обеспечивает успех гостиничному предприятию, показывая работу персонала в процессе достижения поставленных задач.

Корпоративная культура формируется на основе двух составляющих, таких как формальная и неформальная система ценностей.

Формальную систему ценностей создает руководство с помощью разработанных инструкций, стратегий и планов, систем обучения и повышения

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		21

квалификации, разработки единой корпоративной политики и другими способами.

Корпоративной целью является создание емкого девиза (или лозунга), который должен отражать сущность гостиницы. Например, гостиница «Новотель-Москва» имеет лозунг: «Качество и скромность – с улыбкой».

Большинство гостиниц разрабатывает несколько ключевых пунктов, в которых заключаются требования к персоналу, например, «Всегда улыбайтесь», «Будьте готовы помочь», «Будьте вежливы» и т.д.

Разрабатывается целая программа корпоративной культуры (к примеру, «Настольная книга сотрудника гостиницы»). В нее включены инструкции, положения, правила, ритуалы и традиции гостиницы, стандарты внешнего вида.

Но некоторые гостиничные предприятия не видят необходимости обучать сотрудников этим правилам, считая, что для формирования корпоративной культуры нужно лишь наличие инструкций, правил и девиза.

Реализацией стратегических целей в одних гостиницах занимаются менеджеры по работе с персоналом, в других – сотрудники кадровой службы, в обязанности которых входит формирование корпоративной культуры.

Сущность стандартов заключается в выполнении служащими работы, которая соответствует общепринятым требованиям, предъявляемым к данному виду работы или услуге.

В стандарты, предъявляемые к сотрудникам, входят:

- 1) внешний вид;
- 2) речевой этикет;
- 3) движения;
- 4) служебная форма и др.

Уровень соответствия выполняемой сотрудником работы существующим стандартам организации напрямую зависит от квалификации данного сотрудника.

При возникновении стрессовых ситуаций сотрудник должен знать, как их разрешить.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		22

Пример внедрения стандартов в работу гостиницы: клиент заселяется в номер, и все службы начинают оцениваться по 100-балльной шкале. Иногда гость специально провоцирует конфликтную ситуацию для того, чтобы посмотреть, как с ней справляется сотрудник. После этого обсуждаются все обнаруженные недостатки и принимаются меры по их устранению. Данный метод очень практичный, но возникает этический вопрос: как не обидеть человека?

Решение по внедрению такой системы принимает сам руководитель.

Обучение сотрудников. Каждый сотрудник должен владеть определенными знаниями, которые необходимы ему для выполнения своих обязанностей.

Теоретические знания – форма научных знаний об объектах окружающей действительности.

Технологические знания – это выполнение правил, инструкций и стандартов.

Данные знания приобретаются непосредственно в процессе работы в гостинице.

Специальные знания – знания, необходимые специалисту для работы в конкретной сфере (например, знание иностранного языка).

В сфере гостиничного бизнеса сотрудник должен иметь такие личные качества, как открытость, готовность к контактам, умение расположить к себе клиентов.

Обучение проходит в течение двух-трех месяцев. Сотрудник учится правильно вести себя с клиентами и с другими работниками гостиничного предприятия.

Неформальной системой ценностей является внутренняя среда коллектива.

Данная система ценностей, базируясь на использовании социально-психологических знаний, позволяет установить место сотрудника в коллективе, выявить лидеров, обеспечить эффективные взаимоотношения с коллективом.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		23

Руководителям необходимо учитывать, что по мере увеличения коллектива обязанности должны распределяться и контролироваться более жестко.

Существует феномен – эффект социального лодыря. Его обнаружили совершенно неожиданно. Экспериментировали на группе гребцов и засекали время, которое возрастает по мере увеличения количества участников. При увеличении членов команды показатели не улучшаются. Происходит перераспределение ответственности на всех присутствующих.

Данный феномен начинает работать в условиях большого коллектива. Его надо учитывать при формировании каких-то психологических аспектов. В большом коллективе руководителю необходимо контролировать формирование корпоративной культуры.

Корпоративная культура становится инструментом воздействия на персонал.

Необходимо создать корпоративную программу, которая бы отражала представление о том, каким хотят видеть гостиничное предприятие гости, партнеры и сотрудники.

Следует отметить, что главным достоянием организации является персонал и информация.

1.6 Психологическая культура сервиса

Работа с каждым клиентом является индивидуальной, поэтому индустрия гостеприимства нуждается в людях, готовых справляться с трудностями и иногда с внезапно возникшими стрессовыми ситуациями. Как известно, главной задачей гостеприимства является удовлетворение запросов и потребностей клиента. Следует отметить, что, несмотря на правовую базу, призванную облегчить создание системы требований к качеству обслуживания, на практике существует масса разнообразных проблем, связанных с обслуживанием каждого гостя. И на

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		24

первый план выдвигается проблема профессиональных навыков каждого сотрудника гостиницы, занятого в обслуживании.

Каждый работник компетентен в той сфере, в какой требует от него работа, и отвечает тем требованиям, которым данная работа соответствует.

Требования предъявляются и к конечному результату профессиональной деятельности, которая может выражаться как в оценке, так и в измерении конечного результата. В индустрии гостеприимства главным критерием профессионализма можно считать способность работника быстро решать все поставленные перед ним задачи и выполнять заданные функции в соответствии с предъявляемыми к нему требованиями.

Существует специфический вид компетентности в индустрии гостеприимства – экстремальная профессиональная компетентность, под которой подразумевается способность сотрудника справляться с самыми разными внештатными ситуациями. Практика показывает, что работники, обладающие психологической устойчивостью, готовы к работе с группами туристов, приезжающих из разных стран, эффективным действиям в нестандартных или экстремальных ситуациях, быстрому обучению при появлении новых технологий обслуживания. Данный вид компетентности можно рассматривать как основной при разработке методологической базы обучения персонала при формировании профессиональных навыков. Выработка профессиональных поведенческих навыков – задача педагогической психологии.

В настоящий момент проблемы выработки эффективных поведенческих навыков в профессиональной деятельности менеджеров гостеприимства в науке не разработаны. Долгое время основной акцент в формировании профессиональных навыков обслуживания туристов в процессе обучения персонала гостиниц делался на технократической составляющей процесс обслуживания и управления. Приоритетом считалось научить сотрудника правильно выполнять различные технологические операции (например,

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		25

сервировать стол, подавать блюда, бронировать, убирать номера, работать с информационными системами управления предприятиями гостеприимства и т.п.).

Практика показывает, что на долю гуманитарной составляющей, т.е. на процесс общения с клиентами, приходится до 80 % нештатных ситуаций, поведение персонала в которых определяет восприятие гостем качества предоставляемых услуг. Вследствие этого возникла необходимость пересмотреть подход к обучению персонала. Необходимо начинать подготовку персонала в учебных заведениях. В основу этой концепции должно быть положено обучение таким технологиям, как способы регуляции эмоциональных состояний, разрешение конфликтов, основы этнопсихологии и т.п.

Основную массу сотрудников гостиниц составляют молодые люди. Именно этим объясняется то, что часто сотрудники не могут сдерживать свои эмоции.

Противоречивые психологические стремления, достаточно частые в возрасте от 17 лет до 21 года (например, стремление доказать взрослость), усиливают нестабильный эмоциональный фон профессиональной деятельности гостеприимства, приводят к частым и достаточно продолжительным аффектам.

Аффективные реакции имеют сильный и в определенном смысле разрушительный характер «взрыва». Эмоции в этом случае полностью блокируют интеллектуальный план, и разрядка происходит в виде активного выброса эмоций (ярости, гнева, страха перед профессиональной деятельностью).

Аффект является свидетельством того, что сотрудник не может найти адекватного выхода из ситуации. Переживание аффекта оставляет в психике особый «аффективный» след травмированного опыта профессиональной деятельности. Такие следы могут накапливаться и в результате возникать по незначительным поводам. В данном случае, какие бы совершенные знания и навыки по технологии обслуживания и управления ни получил специалист, какие бы приемы, методы и средства ни были применены для его обучения, говорить о формировании высококлассного специалиста в сфере гостеприимства не

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		26

приходится. В обучении персонала необходимо использовать работу не только преподавателей, но и психологов для изучения некоторых простых приемов регуляции эмоционального состояния и владения своими эмоциями. Сотрудник должен уметь выражать свои эмоции в культурных формах. Поиск и образование иных форм выражения чувств способствуют предупреждению аффективных проявлений.

В исследованиях психологов показано, что на сохранение эмоциональной устойчивости в наибольшей степени влияет поисковая активность. Поисковая активность – это деятельность, направленная на изменение неприемлемой ситуации или на изменение своего отношения к ней, а также сохранение благоприятной ситуации вопреки действию угрожающих факторов и обстоятельств. Поисковая активность является одним из основных элементов в предупреждении эмоциональной напряженности в профессиональной деятельности сотрудников, занятых в сфере обслуживания.

Существуют различные виды занятий, в которые входят разбор конфликтных ситуаций с обсуждением разных вариантов поведения. Еще одним фактором, по которому можно определить результативность обучения персонала по овладению своим эмоциональным состоянием, и способом профилактики эмоциональной напряженности, является отношение сотрудника к себе. Обучение персонала необходимо начинать с улучшения и укрепления самооценки, так как завышенная или заниженная самооценка ухудшает эмоциональное состояние сотрудников.

Таким образом, совершенно необходимо, чтобы в течение периода обучения и трудовой деятельности с сотрудниками работали психологи.

Подводя итоги вышесказанному, следует отметить, что наиболее актуальным на сегодняшний день в формировании профессиональных навыков обслуживания туристов у персонала гостиниц является изучение психологических основ профессионального обучения и профессионального воспитания специалистов в данной области.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		27

Глава 2 Этика делового общения в отеле «Ибис»

2.1 Характеристика отеля «Ибис»

Чебоксары, столица Чувашии и крупный порт на Волге, является экономическим и культурным центром региона. Он может похвастаться множеством музеев и театров, а также Чебоксарской бухтой – главной достопримечательностью. Вдоль Волги тянутся красивые набережные и пляжи.

Отель «Ибис» расположен в деловом и историческом центре города, всего в 4 км от железнодорожного вокзала и в 10 км от аэропорта; недалеко от Чебоксарского залива и основных достопримечательностей: театров, памятников, смотровой площадки и филармонии. Отель идеально подходит для проведения деловых мероприятий. Гости могут посетить расслабляющий ресторан отеля ibis Kitchen и круглосуточный бар.

Отель эконом-класса предлагает гостям полностью оборудованные номера с отличной шумоизоляцией, стильным современным дизайном и потрясающим видом на город. К услугам гостей бесплатная охраняемая парковка и бесплатный Wi-Fi.

Категории номеров в отеле «Ибис»:

1 Стандартный номер с двуспальной кроватью.

Комфортабельный номер с уникальным дизайном оснащен двуспальной кроватью, сейфом и мини-холодильником. В ванной комнате с душем предоставляется фен. К услугам гостей номера с телевизором с плоским экраном, кондиционером и бесплатным Wi-Fi.

Номер рассчитан до 3х человек, площадь – 18 кв.м.

Оснащение номера:

- постельные принадлежности;
- двуспальные кровати x1;
- холодильник;
- туалеты в номере, в ванной комнате;

- доступная ванная комната: банный халат, зеркало в полный рост, фен в ванной комнате, товары для ванной комнаты, универсальная бритвенная вилка;
- телефон;
- телевизор;
- бесплатные местные звонки;
- возможности доступа в Интернет;
- высокоскоростной интернет.

Сервис и оборудование:

- подсветка телефона для слабослышащих, сейф в номере, самозакрывающиеся комнаты, звуковая сигнализация о задымлении в помещениях, экстренная информация в номерах, только внутренний вход в номер, визуальная сигнализация для слабослышащих, дверные замки с ключ-картой, сигнализация о задымлении в номере; преобразователи/ адаптеры напряжения, 220/240 В переменного тока, рабочая зона, звукоизолированный номер, затемняющая занавеска, открытие окон, кондиционер
- Звонок-будильник оператора.

2 Стандартный номер с двумя односпальными кроватями.

Комфортабельный номер с уникальным дизайном, двумя односпальными кроватями, сейфом и мини-холодильником. В ванной комнате с душем предоставляется фен. В номере также есть телевизор с плоским экраном, кондиционер и бесплатный Wi-Fi.

Номер рассчитан до 3х человек, площадь – от 18 кв.м., панорамной вид на город.

Оснащение номера:

- односпальные кровати x2;
- холодильник;

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		29

- доступная ванная комната: банный халат, доступная ванная комната, зеркало в полный рост, фен в ванной комнате, товары для ванной комнаты, универсальная бритвенная вилка;
- телефон;
- бесплатные местные звонки;
- телевизор;
- высокоскоростной интернет.

Сервис и оборудование:

- подсветка телефона для слабослышащих, сейф в номере, самозакрывающиеся комнаты, звуковая сигнализация о задымлении в помещениях, экстренная информация в номерах, только внутренний вход в номер, визуальная сигнализация для слабослышащих, дверные замки с ключ-картой, сигнализация о задымлении в номере; преобразователи/ адаптеры напряжения, 220/240 В переменного тока, рабочая зона, звукоизолированный номер, затемняющая занавеска, открытие окон, кондиционер
- Звонок-будильник оператора.

3 Улучшенный номер с двумя односпальными кроватями.

Улучшенный номер с захватывающим видом на город. Теперь в номере есть все необходимое: чайный уголок, тапочки, халаты, дополнительные банные принадлежности и бутылка воды в качестве комплимента.

Номер рассчитан до 3х человек, площадь – от 18 кв.м., панорамной вид на город.

Оснащение номера:

- односпальные кровати x2;
- холодильник;
- бесплатная минеральная вода в номере, принадлежности для чая/кофе;

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		30

- доступная ванная комната: банный халат, доступная ванная комната, зеркало в полный рост, фен в ванной комнате, товары для ванной комнаты, универсальная бритвенная вилка;
- телефон;
- бесплатные местные звонки;
- телевизор;
- высокоскоростной интернет.

Сервис и оборудование:

- подсветка телефона для слабослышащих, сейф в номере, самозакрывающиеся комнаты, звуковая сигнализация о задымлении в помещениях, экстренная информация в номерах, только внутренний вход в номер, визуальная сигнализация для слабослышащих, дверные замки с ключ-картой, сигнализация о задымлении в номере; преобразователи/ адаптеры напряжения, 220/240 В переменного тока, рабочая зона, звукоизолированный номер, затемняющая занавеска, открытие окон, кондиционер
- Звонок-будильник оператора.

4 Улучшенный номер с двуспальной кроватью.

Улучшенный номер с захватывающим видом на город. Теперь в номере есть все необходимое: чайный уголок, тапочки, халаты, дополнительные банные принадлежности и бутылка воды в качестве комплимента.

Номер рассчитан до 3х человек, площадь – от 18 кв.м., панорамной вид на город.

Оснащение номера:

- односпальные кровати x2;
- холодильник;
- бесплатная минеральная вода в номере, принадлежности для чая/кофе;

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		31

- доступная ванная комната: банный халат, доступная ванная комната, зеркало в полный рост, фен в ванной комнате, товары для ванной комнаты, универсальная бритвенная вилка;
- телефон;
- бесплатные местные звонки;
- телевизор;
- высокоскоростной интернет.

Сервис и оборудование:

- подсветка телефона для слабослышащих, сейф в номере, самозакрывающиеся комнаты, звуковая сигнализация о задымлении в помещениях, экстренная информация в номерах, только внутренний вход в номер, визуальная сигнализация для слабослышащих, дверные замки с ключ-картой, сигнализация о задымлении в номере; преобразователи/ адаптеры напряжения, 220/240 В переменного тока, рабочая зона, звукоизолированный номер, затемняющая занавеска, открытие окон, кондиционер
- Звонок-будильник оператора.

2.2 Анализ делового общения в отеле «Ибис»

В связи с важностью первых впечатлений клиента особая ответственность возлагается на обслуживающий персонал, или униформистов (они носят униформу своего отеля). Возглавляет обслуживающий персонал менеджер, который также часто выполняет обязанности старшего коридорного. Ему подчинены швейцары, коридорные и консьержи. Швейцары первыми встречают гостей на неофициальном уровне. Одетые в приметную униформу, они стоят у дверей, приветствуют гостей, помогают им выйти из машины, вызывают для них такси (вежливо отвечая на все их вопросы об отеле и его окрестностях). Люди в этой должности обычно получают довольно много чаевых. Ходят слухи, что это

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	Нодок.	Подп.	Дата		32

одна из самых прибыльных должностей в отеле, приносящая доход не меньше, чем должность генерального управляющего.

Главная функция коридорных сопровождать гостей, доставлять в их комнаты багаж. Им тоже полезно знать кое-что об окрестностях отеля и все о нем самом и его различных службах. Постоянно контактируя с гостями, они должны быть услужливыми, приятными в обслуживании. Помогая гостям разместиться в номере, они объясняют, что и как работает (освещение, телевизор, кондиционер, телефон, служба «побудки», прачечная, чистка и глажение одежды, обслуживание в номере, ресторан, плавательный бассейн, целебные ванны и т.д.).

Консьержи.

Консьержи и консьержки – это тоже обслуживающий персонал в униформе. Их можно увидеть за специальным столиком в вестибюле отеля «Ибис».

Консьержи отеля «Ибис» оказывают гостям множество услуг, в частности:

- достают билеты на самые популярные спектакли, даже если их просят об этом в день представления, естественно, с 50-процентной надбавкой стоимости билета;
- организуют столик в ресторане, даже при отсутствии свободных мест;
- дают советы о местных ресторанах, аттракционах, увеселительных заведениях;
- бронируют места на авиарейсы и дают на них подтверждения;
- оказывают различные услуги «важным персонам», в том числе – делают покупки.

Очень большое значение при приеме клиентов в гостиницу имеет соблюдение определенного стиля обслуживания, то есть совокупности определенных правил и норм поведения персонала при обслуживании гостей гостиницы.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		33

Каждый из сотрудников гостиницы вносит свой вклад в создание у гостя хорошего впечатления о гостинице. Поэтому, разговаривая по телефону, общаясь лично или в письменной форме, персонал отеля «Ибис» обязан вести себя «стильно» как с гостями, так и с коллегами. Независимо от интерьера и условий проживания в гостинице крайне важным остаются уровень обслуживания и общение с клиентом.

Каждый сотрудник гостиницы должен понимать, что качество – это недоступная роскошь, а неусыпное внимание к потребностям гостей. Персонал любой гостиницы должен быть открыт для перемен и новых путей постоянного совершенствования обслуживания гостей.

Каждый член коллектива становится единым целым с теми товарами и услугами, которые предоставляет гостиница.

Культура поведения гостиничного работника включает в себя все стороны внешней и внутренней культуры человека: правила обхождения и обращения, умение правильно выражать свои мысли, соблюдать речевой этикет. Очень важно также, чтобы персонал следил за своим внешним видом. Вежливость свидетельствует о культуре человека, его отношении к работе и к коллективу. Очень важно быть тактичным во взаимоотношениях с гостями. Мы выделяем ряд факторов тактичного поведения гостиничных работников:

- Главный из них – это умение не замечать ошибок и недостатков в поведении гостей, не акцентировать на них внимание, не проявлять излишнего любопытства к их одежде, обычаям, традициям.
- Нельзя задавать ненужных вопросов, рассказывать о своих делах, проявлять назойливость;
- Нельзя показывать гостю, нравится он тебе или нет, делать ненужные замечания, читать нравоучения, высказывать различные претензии, расспрашивать гостей об их личной жизни;
- Необходимо вести себя тактично и по отношению к посетителям – нельзя расспрашивать их о цели их визита, а также заходить в номер без

разрешения проживающего. Тактичность проявляется и во внимании к гостю. Если гость заболел, нужно помочь ему достать лекарство, позвонить по телефону. Особенно внимательным и тактичным надо быть по отношению к пожилым людям, прощать их слабости;

- Достоинство и скромность – обязательные для гостиничного работника черты человеческого характера;

- Если скромность требует сдержанности в общении, то дисциплина – чувство ответственности за порученный участок работы;

- Обслуживающий персонал всегда должен помнить, что этаж или комната горничных – это, прежде всего служебные помещения, а персонал, занятый в смене, находится при исполнении служебных обязанностей;

- Культура поведения и общения связаны и с понятием культуры речи. Гостиничному работнику необходимо грамотно, ясно излагать свои мысли.

Язык персонала должен быть красивым как при общении с клиентом лично, так и в письмах, и по телефону.

Отель «Ибис» рассматривает следующие правила, которые персонал должен учитывать при обслуживании своих клиентов:

- нет лучшего рекламного агента, чем довольный гость;
- гость никогда не замечает, что вы для него сделали, но прекрасно видит, что вы не сделали для него;

- нужно много времени, чтобы завоевать доверие гостя, но очень мало чтобы его, потерять;

- нет значительных гостей, хорошее обслуживание учитывает интересы каждого;

- не гость должен приспосабливаться к персоналу, а персонал гостиницы к нему;

- гость не может вам мешать, он – цель вашей работы. Не вы оказываете услугу, давая разъяснения, а он вам тем, что обратился к вам;

- ваша работа заключается в удовлетворении желаний гостя;

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		35

- не делайте различий по внешнему виду и одежде гостей;
- обслуживание гостя – дело каждого сотрудника гостиницы;
- вы не должны показывать разочарования, если гость не остановился в вашей гостинице: вы должны быть к нему вежливым в любом случае, чтобы в будущем он захотел к вам вернуться.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		36

Заключение

На сегодняшний день индустрия гостеприимства – это одна из крупных и быстро развивающихся систем сектора экономики. В любом гостиничном предприятии важное место отведено гостеприимству.

Анализ мировых тенденций в индустрии гостеприимства позволяет сделать вывод, что эта сфера деятельности имеет высокий доход и стремительные темпы развития. Отдельно следует рассмотреть такое понятие, как «гостеприимное поведение». Оно требует особого внимания, поскольку этому нельзя в полной мере научиться, несмотря на то, что проводятся различные обучающие программы для персонала. Гостеприимство трудно включить в обучающие программы, но, тем не менее, персонал должен научиться правильно обращаться с клиентами, ведь сфера туризма чрезвычайно зависит от человеческого фактора. Надлежащее обучение дает служащему навыки, необходимые для создания условий, при которых появляется гостеприимство. Так, обученный персонал может дать клиенту большое количество полезной информации. Служащий в гостинице благодаря полученным знаниям может рассказать о главных достопримечательностях своего города, указать маршрут до того или иного места, сообщить, как туда добраться, и дать иную полезную информацию. Хорошее знание работниками своего предприятия создает у гостя ощущение гостеприимства и домашней обстановки. Служащий гостиницы проявит уважение и внимание, если изначально разместит гостей в номерах, а уже потом займется оформлением документов. Это, естественно, влияет на мнение гостей относительно сервиса. Обучение гостеприимству происходит лучше всего при общении служащего и иностранного гостя. Не всегда получается проявить свое гостеприимство, не зная иностранного языка, культуры и бытовых особенностей. Но гостеприимство может быть оказано уже благодаря вниманию со стороны персонала. Гостеприимство заключается в работе всего коллектива, а не одного сотрудника. Ничто не способствует отличной работе на предприятии,

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		37

как сплоченная команда профессионалов. На проявление гостеприимства требуется время, но существует аксиома, что в отеле нет второстепенных должностей и сотрудников, работа которых будто бы никак не отражается на общем впечатлении от отеля. Это нагляднее всего подтверждается на примере таких незаметных на первый взгляд служащих, как швейцары, бармены и портье. Ведь именно этот обслуживающий персонал встречает гостя, помогает с размещением, и от его приветливости зависит первое впечатление, складывающееся у клиента о гостинице. В современных условиях высокий уровень делового общения является решающим условием успешного предпринимательства. Для обеспечения высокого уровня делового общения руководитель и сотрудники предприятия (фирмы) должны уметь пользоваться технологиями общения, основанными на психологических знаниях. Кроме того, в процессе делового общения необходимо учитывать возможные условия и факторы возникновения конфликтных ситуаций. Теоретическое изучение общения и его особенностей имеет свою историю. К настоящему времени накоплен достаточно большой научно – практический материал, освещающий различные аспекты общения. Эффективность профессиональной деятельности сотрудника сферы гостеприимства во многом определяется используемой им технологией делового общения. Технология делового общения в сфере обслуживания представляет собой совокупность определенных приемов, обеспечивающих наибольшую эффективность в донесении до клиентов сути (назначения, полезности и т.п.) предоставляемых услуг. Технология делового общения сотрудника гостиницы представляет собой также определенный способ обслуживающего мышления работника и охватывает такие вопросы, как умение рассказать обо всем спектре предлагаемых гостиницей услуг, создать у клиента уверенность в благополучном и комфортном проживании.

						КР 43.02.14 Гд31-19.02.256.2021	Лист
Изм.	Кол.уч	Лист	№док.	Подп.	Дата		38

Список использованной литературы

- 1 Деловое общение. Деловой этикет. – М.: Юнити-Дана, 2008
- 2 Косолапов А.Б., Елисеева Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства. – М.: КноРус, 2008
- 3 Кузнецов И.Н. Деловое общение. Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2007
- 4 Кузнецов И.Н. Деловой этикет от «А» до «Я». – М.: Альфа-Пресс, 2007
- 5 Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М.: Академия, 2008
- 6 Пфедфер Д. Формула успеха в бизнесе. На первом месте – люди. – М.: Вильямс, 2006
- 7 Романов В.В. Основы индустрии гостеприимства. – М.: Дашков и Ко, 2009
- 8 Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны). – СПб.: Питер, 2008
- 9 Скобкин С.С. Менеджмент в туризме. – М.: Магистр, 2009
- 10 Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: ИКЦ «МарТ», Издательский центр «МарТ», 2007
- 11 Туризм и гостиничное хозяйство. – Ростов-на-Дону: Феникс, МарТ, 2009
- 12 Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса. – М.: Высшее образование, 2008
- 13 Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса. – М.: Дашков и Ко, 2008
- 14 Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры. – М.: Омега-Л, SmartBook, 2008
- 15 Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КноРус, 2008.