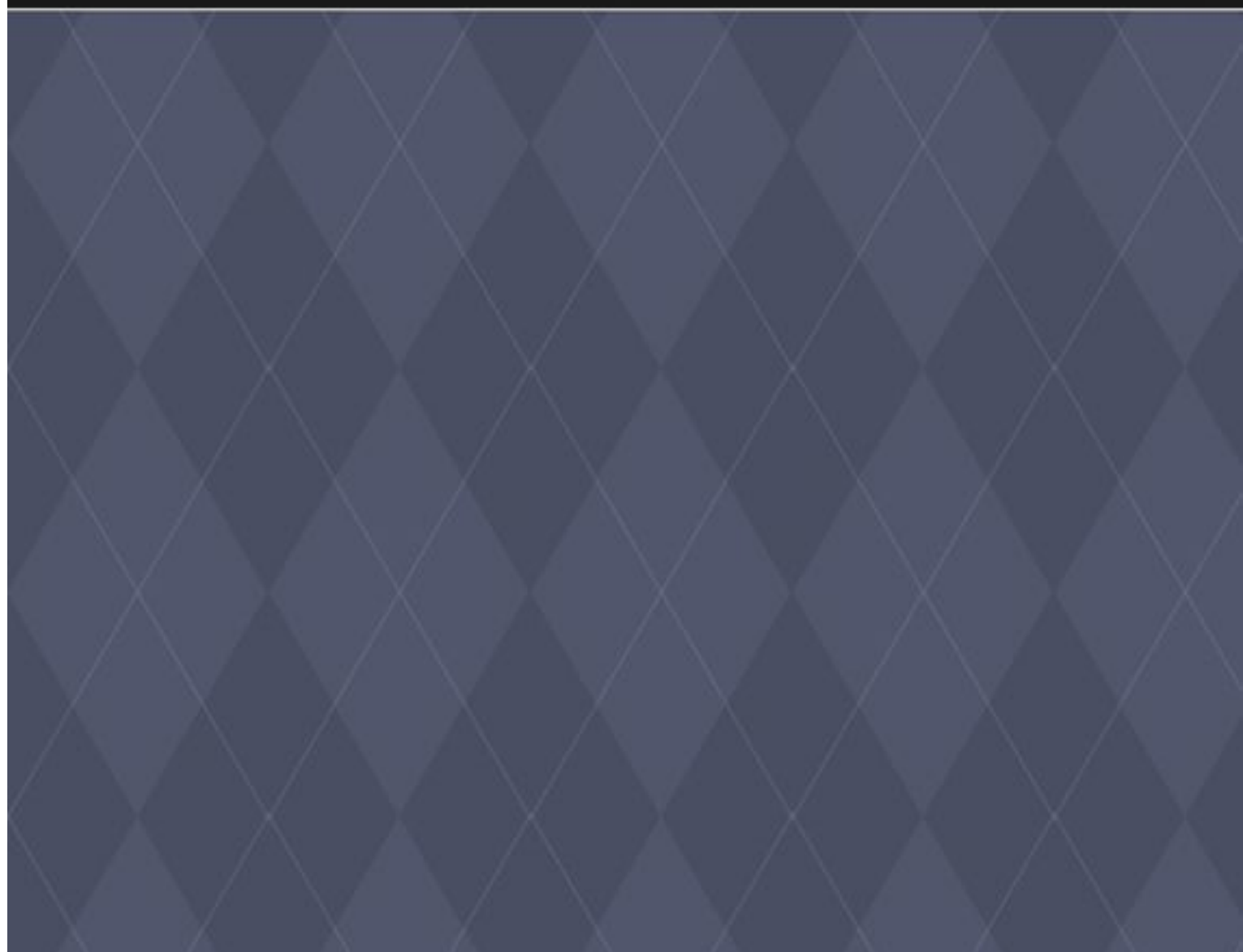


Юлия Полюшко

Гостиничное дело

Сборник статей



Юлия Полюшко
Гостиничное дело

«Издательские решения»

Полюшко Ю.

Гостиничное дело / Ю. Полюшко — «Издательские решения»,

Важное место в индустрии туризма занимает гостиничный бизнес, широкий и разнообразный характер которого охватывает и элементы связанных с ним секторов индустрии, например, питание, отдых и развлечения и др. Соответственно гостиничный бизнес демонстрирует более широкую и разнообразную организационную структуру, чем другие секторы индустрии.

© Полюшко Ю.

© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Основные службы гостиницы	7
Профессиональная этика и этикет на предприятии	8
Показатели эффективности деятельности гостиницы и внутренняя среда как показатель эффективности деятельности гостиницы	10
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Гостиничное дело
Сборник статей
Юлия Полюшко

© Юлия Полюшко, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Важное место в индустрии туризма занимает гостиничный бизнес, широкий и разнообразный характер которого охватывает и элементы связанных с ним секторов индустрии, например питание, отдых и развлечения и др. Соответственно гостиничный бизнес демонстрирует более широкую и разнообразную организационную структуру, чем другие секторы индустрии.

Менеджеры в индустрии гостеприимства пытаются рассматривать ее как отдельную сферу экономики и не имеющую ничего общего с другими видами бизнеса. Однако это не совсем верно. Несмотря на то что эта индустрия по некоторым важным признакам отличается от других видов бизнеса, нельзя принять это обстоятельство как удобную причину для ее отделения от управленческой практики и процедур, применяемых в других сферах экономики.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т. п.

Гостиничное хозяйство – гостиницы и иные средства размещения, действующие в пределах туристского рынка, создающие и реализующие услуги размещения, а также предоставляющие по желанию клиентов комплекс дополнительных платных услуг и товаров.

В связи с конкуренцией на рынке гостиничных услуг средства размещения должны найти новый путь предложения своих услуг, чтобы стать более заметными для потребителя. Такой организацией подачи услуг является программа обслуживания. Обычно в специализированных средствах размещения есть определенный перечень услуг, из которых потребитель может выбрать любые по своему усмотрению. Но похожие услуги, сгруппированные в одну программу, являются более удобными для потребителя. На сегодняшний день составление программ обслуживания для средств размещения, обладающих большим количеством схожих услуг может стать залогом успешного развития.

Первые специализированные средства размещения в России появились в 2000 году. В основном это были спа-отели. Позже стали появляться и другие гостиницы со специализацией на разных типах услуг.

Необходимость в изучении и развитии программ обслуживания базируется на важной роли потребителя в гостиничном обслуживании. Ведь именно он и удобство обслуживания для него определяет дальнейшую судьбу предприятий гостиничного сервиса.

В работах были использованы общенаучные методы и приёмы исследования, такие как: анализ, синтез, метод конкретно-исторического анализа, систематизация и классификация. Исследования проводились на основе материала, собранного в результате изучения и систематизации данных, полученных из книг, периодических изданий, справочной литературы, нормативно-законодательных актов и документов, определяющих законодательно-правовую среду РФ в области туризма, а также информации и статистических данных из электронных Интернет-ресурсов.

Основные службы гостиницы

Служба номерного фонда

Служба занимается решением вопросов связанных с бронированием и размещением по номерам туристов, а так же отправка их домой. Обеспечивает обслуживание туристов в номерах, поддерживает необходимое санитарно-гигиеническое состояние номеров и уровень комфорта жилых помещений, занимается оказанием бытовых услуг.

Административная служба

Отвечает за организацию правления всеми службами гостиничного комплекса, решает финансовые вопросы, вопросы кадрового обеспечения, занимается созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение установленных норм, правил по охране труда, по технике безопасности, по противопожарной и экологической безопасности.

Инженерная служба

Создает условия для функционирования систем кондиционирования, теплоснабжения, санитарно-технического оборудования, электротехнических устройств, служб ремонта и строительства, систем телевидения и связи.

Служба питания

Служба питания включает в себя ресторан, бар, подразделения по обслуживанию банкетов, а так же пищеблок (кухню). Обеспечивает гостей услугами питания.

Руководитель службы питания составляет меню. Обеспечивает доставку необходимых продуктов по участкам обслуживающий персонал. Каждый отдел в службе имеет своего руководителя. Обслуживание гостей осуществляется согласно меню, барное обслуживание заключается в основном в обеспечении клиентов спиртными напитками. Кухня является производственным центром.

Заказы на производство конкретной продукции поступают от официантов ресторана (на основе составленного и предлагаемого клиентам меню из банкетного зала). Повар готовит блюда, а руководитель контролирует качество и цену конкретного продукта.

Финансовая служба

Решает вопросы финансового обеспечения гостей, получает отчеты от кассиров с каждой торговой точки, включая службу питания, спортивно-оздоровительный центр, и состав дополнительной службы.

Финансовая служба ведет единый финансовый учет предприятия (доходы от торговых точек, учет расходов и доходов, ведение операций по учету оплачиваемого рабочего времени и др.).

Служба безопасности

Выполняет функцию поддержания порядка и безопасности в гостинице. При этом в отеле выполняют эти обязанности сторонняя организация.

Профессиональная этика и этикет на предприятии

Работники отеля должны быть внешне аккуратными, вежливыми, внимательными и предупредительными в отношении посетителей – это правило, которое следует неукоснительно соблюдать. Но специфика гостиничного дела такова, что добросовестного выполнения своих обязанностей недостаточно. Профессиональное мастерство гостиничных работников определяется высокой культурой обслуживания, куда входит и тактичность, и доброжелательность, и знание психологии, и умение соблюдать нормы международного этикета, и многое другое.

Не реже одного раза в пять лет проводится переаттестация производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала для подтверждения или повышения квалификационного разряда.

Внешний вид персонала включает форменную одежду, значок с указанием должности, имени и фамилии. Форменная одежда метрдотеля отличается особой отделкой или включением в комплект фрака, смокинга.

Персонал службы приема (администраторы, портье, работники, ведущие расчеты с проживающими за услуги) в гостинице состоит из женщин. Их работа связана с заполнением документов, ведением записей, однако не допускается встречать, приветствовать гостя сидя. Высокая культура обслуживания и гостиничный этикет обязывают вести прием стоя, чем подчеркивается особое внимание к гостю.

Вежливость администратора проявляется во внимании, умении выслушать, оказать услугу, дать необходимую справку. Невнимание к гостю, грубость и резкость в обращении – свидетельство невежества и низкой культуры. Проявлением вежливости является умение администратора гостиницы тактично закончить беседу с гостем, разрешив с ним все вопросы, и лишь после этого обратиться к другому ожидающему. Если этому другому человеку пришлось ждать какое-то время, следует извиниться за задержку.

Работникам службы размещения надо помнить, что при размещении потребителя гостиничной услуги заполнение всех видов формуляров, листков прибытия возлагается на персонал гостиниц. Гость их только подписывает. Наличие карточек, содержащих полную информацию о клиенте, сведения о его первом пребывании в гостинице позволит персоналу лучше принять и обслужить клиента, во многом предупредив пожелания. Одновременно это помогает проводить постоянную работу с клиентом, посылая ему информацию о гостинице (новые услуги и т. д.), поздравления с днем рождения, праздниками.

Обслуживающий персонал на жилых этажах встречает прибывшего гостя только стоя, приветствует его первым и готов в тот же момент проводить в отведенный для него номер. В светлое время суток гостя приглашают пройти в номер первым, представитель гостиницы, если это необходимо, входит вторым. Если в номере темно, работник гостиницы заходит первым, зажигает свет и приглашает гостя. Не нужно долго задерживаться в номере. Следует предложить гостю оказать необходимые услуги, пожелать ему хорошего отдыха и после этого покинуть номер.

В период проживания, если гость находится в номере, персонал не должен заходить туда, даже если это связано с плановой уборкой номера. В тех случаях, когда посещение номера вызвано крайней необходимостью (аварией, нарушением правил проживания и т. д.) или просьбой гостя, следует постучать в дверь или позвонить по телефону, спросив разрешения войти. Если ответа не последовало, повторный стук или звонок допустим лишь через несколько минут (3—10 минут) в зависимости от срочности и необходимости.

Вежливость в гостинице предполагает и предупредительность. Горничная на этаже, не дожидаясь просьбы, помогает престарелому или инвалиду, уделяет им больше внимания. Если в гостинице по техническим причинам будет отключена вода или отопление, то она зара-

нее предупредит гостей словесно или через объявление об отсутствии воды на определенный срок. Информирование гостей о практическом решении администрацией гостиницы созданных неудобств обязательно. Проживающий либо переводится в другой номер (где есть вода), либо до устранения повреждений вода доставляется в номер персоналом гостиницы в предусмотренных для таких случаев емкостях.

Сотрудник службы размещения (или поэтажный обслуживающий персонал) знакомит вновь прибывших клиентов с правилами, напомним о наиболее важных требованиях к гостям, перечислит основные предоставляемые услуги. Служащий заблаговременно спросит об интересующих его услугах: нужно ли погладить, постирать рубашку, необходимо ли заказать билеты на обратный путь, нужен ли завтрак в номер?

Умение слушать является одним из главных критериев культуры обслуживания. Администраторы, горничные на этажах должны быть исключительно внимательны к говорящему клиенту. Слушать – дело сложное, требующее напряжения. Но важно понять, что в установлении доверительного контакта главная роль принадлежит говорящему. Если администратор не умеет слушать, он не сосредоточится на сути разговора, даст субъективную оценку отдельным фактам и проявит раздражительность по поводу сказанного.

Большое значение имеет забота о порядке, тишине, соблюдении правил, установленных в гостинице. Работник гостиницы должен уметь в вежливой форме предупредить гостя о недопустимости нарушения порядка, пресечь различные проявления таких нарушений. Уезжая из гостиницы, гости прощаются с персоналом, благодарят за гостеприимство, желают всего доброго. Работники, в свою очередь, обязаны поблагодарить гостя за посещение их гостиницы, пожелать ему доброго пути.

Показатели эффективности деятельности гостиницы и внутренняя среда как показатель эффективности деятельности гостиницы

При наличии множества целей туристского бизнеса доминирующим является достижение наилучших экономических результатов, стремление к извлечению наибольшей прибыли с учетом долговременной перспективы развития. Поэтому в качестве исходного показателя туристского бизнеса выступает экономическая эффективность как инструмент управления экономической организации в условиях конкуренции и повышенного риска. Именно экономическая эффективность позволяет оценить уровень использования отдельных видов затрат и ресурсов, т.е. экономическую результативность туристского бизнеса.

Показатель – это признак, характеризующий какую-либо одну сторону явления, действия, их количественную или качественную характеристику или степень выполнения определенной задачи.

Гостиница это имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг.

Дельность гостиниц характеризуется следующими показателями: номерным фондом, коэффициентом загрузки, категоричностью, классом обслуживания, а также набором дополнительных услуг.

Номерной фонд представляет собой совокупность мест и номеров различных категорий.

Коэффициент загрузки используется для характеристики эффективности работы гостиницы и других предприятий размещения туристов. Нормальной считается загрузка гостиниц 60—70%, недопустимой – 100% и более, так как это свидетельствует об отсутствии возможности своевременной уборки, проветривания и ремонта номеров.

Основным фактором роста коэффициента загрузки гостиниц является проведение мероприятий городского, регионального, федерального и международного значения, связанных с размещением участников в гостиницах города.

Любая организация находится и функционирует в среде.

В менеджменте под средой организации понимается наличие условий и факторов, которые воздействуют на функционирование фирмы и требуют принятия управленческих решений, направленных на их управление либо на приспособление к ним.

В структуре среды организации различают факторы внутренней и внешней среды. Такое деление факторов в менеджменте общепризнано.

Под внутренней средой понимается хозяйственный организм фирмы, включающий управленческий механизм, направленный на оптимизацию научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы. Она включает в себе тот потенциал, который даёт возможность организации функционировать, а следовательно, существовать и выживать в определённом промежутке времени.

Организация анализирует внутреннюю среду с целью выявления слабых и сильных сторон ее деятельности. Это необходимо потому, что организация не может воспользоваться внешними возможностями без наличия определенного внутреннего потенциала. При этом ей необходимо знать свои слабые места, которые могут усугубить внешнюю угрозу и опасность.

Внутренняя среда гостиничного предприятия представляет собой совокупность субъектов, объектов и процессов внутри предприятия, придающих ей конкретное лицо.

К объектам внутренней среды гостиницы относят организационную структуру гостиницы, управление операциями, маркетинг гостиничного предприятия, персонал гостиницы и финансы предприятия.

Процесс управления и исполнения работ в индустрии гостеприимства происходит в рамках *организационной структуры* гостиницы, ресторана или другого предприятия сферы гостеприимства. Структура – это модель взаимоотношений между должностями в компании индустрии гостеприимства и между ее работниками. Структура определяет схему распоряжений и приказов, с помощью которых деятельность компании планируется, организуется, направляется и контролируется. Следовательно, структура придает некую форму (очертание) компании и обеспечивает ее соответствующей базой для организационного процесса и выполнения работ. Целью структуры является следующее:

- разделение труда;
- определение задач и обязанностей;
- определение ролей и взаимоотношений;
- определение каналов взаимосвязи.

В организационной структуре современных отелей выделяются два основных операционных подразделения: служба размещения и служба производства питания и напитков. Это в основном связано с тем, что отели предлагают своим гостям две главные услуги – безопасное и комфортное проживание, продавая номера, и вкусное питание, продавая разные блюда и напитки. Другим подразделениям отдается роль поддержки основной деятельности отеля.

Корректная разработка организационной структуры – это главный показатель эффективного организационного преобразования. Ясно, что хорошая организационная структура сама собой не производит хорошие действия. Но плохая организационная структура делает невозможной хорошую работу независимо от уровня менеджеров. Таким образом, совершенствуя организационную структуру, можно совершенствовать и исполнение.

Организационная структура компаний индустрии гостеприимства определяет не только ее экономическую эффективность, но и моральную и трудовую удовлетворенность персонала. Менеджерам необходимо определить влияние организационной структуры и методов организации работы на поведение и деятельность сотрудников компании.

В *управлении операциями* в сфере обслуживания, к которой относится и индустрия гостеприимства, все секторы индустрии должны быть оснащены современным оборудованием. Например, современный гостиничный комплекс должен быть оборудован современной мебелью, надежными пылесосами, кухонным оборудованием, современной оргтехниккой и др., так как неполадки в работе оборудования могут вызвать недовольство у клиентов. Как, скажем, шум кондиционеров может раздосадовать посетителей и тем самым испортить общее впечатление, несмотря на добросовестный труд других подразделений, а хорошая мебель, расставленная со вкусом, может создать благоприятный антураж и поднять настроение у гостей, несмотря на отдельные недостатки в работе персонала.

С помощью приемов оценки труда можно найти участки обслуживания, которые требуют к себе особого внимания и которые раньше не были объектами внимания руководства.

Большое значение при разработке операций в индустрии гостеприимства, как и при разработке операций производственного процесса, имеет нормирование труда, т. е. определение времени, требуемого для выполнения определенной работы, которое позволило бы планировать работу и оборудования, и персонала, а также оценить труд.

Частью каждого процесса является приобретение необходимых материалов и продуктов. Например, в отеле – это приобретение моющих средств, постельного белья, цветов, продуктов, напитков и многого другого.

Для процесса покупки материалов очень важно точное их планирование для удовлетворения всех требований и использование способа снабжения «точно вовремя».

Управление качеством – это подход, увеличивающий эффективность и гибкость бизнеса в целом. Это направление, по которому движется предприятие, вовлекая все подразделения и каждый вид деятельности любого уровня. Другими словами, это управленческий под-

ход, пытающийся установить условия, при которых каждый работник предприятия нацелен на предоставление услуг клиенту в нужное время и в нужном ему месте, и при этом указывающий каждому сотруднику его роль в этом деле. Всего этого можно достичь при такой корпоративной культуре, которая отражает взятые предприятием на себя обязательства по соблюдению требований к качеству, а также при такой системе взаимодействий между работниками предприятия, которая обеспечивала бы бесперебойное функционирование предприятия.

Очень существенным требованием к качеству является его прочность и надежность. Так, например, можно гостя в отеле обслуживать в первый день пребывания по полной программе, учитывая значение первого впечатления. Но маленькие недостатки в обслуживании во второй день пребывания могут стать причиной неудовлетворенности гостя обслуживанием в общем.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.