

- поведенческая культура и доброжелательность;
- толерантность и уважение к собеседнику;
- тактичность и умение слушать;
- самоконтроль в общении и поведенческая культура;
- организационные умения и презентационное мастерство.

Таким образом, в профессиональной подготовке будущих специалистов по гостинично-ресторанному делу одной из основных задач является овладение культурой профессионального общения, к которому относится совокупность языковых и общих знаний, объединение навыков и умений, которые обеспечивают логичность и стилистичность речи, умение влиять средствами языка на адресата.

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ПЕРСОНАЛА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КАЧЕСТВА СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Тумилович О.Я.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Индустрия гостеприимства, одна из крупнейших отраслей мировой экономики, бурно развивается. Во многом это происходит благодаря социальному, экономическому и политическому прогрессу - за последние годы туризм стал доступен широким слоям населения. Сейчас в нем обозначаются новые яркие сегменты: малые гостиницы, туристические деревни или конгресс-комплексы, которые строятся в различных регионах страны. Одновременно с ростом общего числа туристов заметное развитие получили инфраструктура туризма и ее основной компонент - гостиничный сектор. Отели стремятся получить свою долю бизнеса и всячески пытаются убедить туристов истратить деньги на приобретение предоставляемых ими гостиничных услуг. Обостряется конкуренция, и это в той или иной степени чувствуют все. А значит, нужно готовиться к этому и не пытаться противостоять естественным процессам развития рынка, появления новых технологий обслуживания и продуктов.

Понятно, что гостиничный бизнес - неотъемлемая часть индустрии гостеприимства - напрямую зависит от уровня расходов своих клиентов. В современных условиях, особенно в крупных мегаполисах, гостиницы буквально вынуждены бороться за «место под солнцем». Чтобы не только сохранить бизнес, но и развиваться, гостинице необходимы средства, получить которые можно только у клиента. Следовательно, предприятие этой сферы бизнеса должно уметь не только привлекать, но и стимулировать клиента приобретать гостиничные услуги. Сейчас все упирается в то, насколько профессиональны коллективы, в которых мы работаем, и готовы ли они ответить на вызов времени.

Однако для реализации этой задачи необходимо не только расширять спектр предоставляемых гостям услуг, но и, конечно, повышать качество обслуживания. Помимо географического расположения и интерьеров, ключевую роль в популярности гостиницы играет персонал. Пожалуй, это самая уязвимая и нестабильная составляющая успеха гостиничного бизнеса. Персонал гостиницы - одно из наиболее важных звеньев в цепи получения доходов и извлечения прибыли в индустрии гостиничного бизнеса. Не следует забывать и о том, что современный турист, иностранец или наш соотечественник, путешествуя, имеет возможность сравнивать качественный уровень сервиса, предоставляемый гостиницами, и в первую очередь уровень обслуживания. При этом наряду с профессиональными знаниями, необходимыми для качественного обслуживания гостей, важную роль играет форма представления этих знаний, то есть форма подачи информации о продаваемых услугах.

Доброжелательность, коммуникабельность, стрессоустойчивость, вежливость, неконфликтность - это лишь часть тех качеств, которыми должен обладать сотрудник гостиницы. Особые требования предъявляются к тем, кто работает непосредственно с гостями: службе размещения, ресторанным службам, службе номерного фонда, службе консьержей и т. д.

Как известно, театр начинается с вешалки, а гостиница - со службы приема. И от того, как персонал встретит гостя - улыбкой или ухмылкой, доброжелательно или равнодушно, - от того, как он будет проинформирован об услугах и условиях проживания, зависит первое впечатление о гостинице в целом. Именно неблагоприятное первое впечатление часто нельзя компенсировать даже высокой комфортабельностью номера [1].

Главное преимущество гостиницы, по словам классика драматургии Бернарда Шоу, состоит в том, что она является убежищем от домашней жизни. Стать домом вдали от дома для своих гостей - это то, к чему должна стремиться любая гостиница. Качество обслуживания требует корпоративной культуры, которая должна быть основана на многих поведенческих аспектах деятельности персонала [1].

Репутация гостиницы неизбежно находится в острой зависимости от человеческого фактора.

В сфере обслуживания, где с клиентом работают лицом к лицу; не может стоять вопрос о высоком качестве сервиса, если показатели удовлетворенности персонала низки.

Удовлетворенность работой - это установка, а следовательно - гипотетический конструкт, такой как мотивация и потребности. Удовлетворенность работой нельзя увидеть или потрогать, но считается, что наличие или отсутствие этого психологического явления связано с определенными поведенческими моделями персонала. И обслуживающий персонал здесь не исключение. Другими словами, человек, удовлетворенный своей работой, находит в ней больше приятного для себя, чем неприятного.

Теория мотивации показывает нам, какие элементы трудовой деятельности могут служить мотивацией. В мотивационной теории индивидуальные различия между людьми и изменения в одном и том же человеке в зависимости от обстоятельств и времени объясняются разным уровнем индивидуальных потребностей и степенью их выраженности [1,3].

При этом удовлетворенность работой - это не просто удовлетворение потребностей, это еще и создание социальной и физической окружающей среды для позитивного удовлетворения этих самых потребностей.

Каждый добивается собственной удовлетворенности своей работой. Человек создает свою персональную концепцию удовлетворенности, опираясь на существующие условия труда. При этом не последнюю роль в формировании этого чувства у работника играет компромисс. Именно способность к компромиссам часто заставляет работника не увольняться. Он выстраивает собственную иерархию предпочтений в условиях и свойствах своей работы. Например, если для человека ведущей потребностью является материальное благосостояние, то в ситуации, когда хорошо оплачиваемая работа сопряжена с определенной долей риска, человек выберет именно работу, а не собственное спокойствие.

Помимо этого важным фактором в удовлетворенности работой является причастность сотрудника к организации. Причастность лежит гораздо глубже мотивации. Мотивацию руководство предприятия должно демонстрировать, а причастность - это характеристика персонала, которая часто выражается в глубокой эмоциональной приверженности, даже преданности целям и ценностям организации. Именно причастность формирует в сотруднике чувство гордости за то, что он работает в данной организации, что он - часть этого конгломерата (неважно, большой он или нет). Будучи причастным к организации, сотрудник выражает готовность, выходящую за рамки нормативных ожиданий. Он готов трудиться вне рабочего времени, безвозмездно выполнять большие объемы работ и т. п.

Для сферы гостеприимства важность этого понятия выражается прежде всего в способности персонала преодолевать трудности, связанные с выполнением своих профессиональных обязанностей.

Не секрет, что работа портье, официантов или горничных связана не только с физическим трудом, но и с эмоциональной напряженностью. Каждый человек уникален по-своему, а потому к каждому гостю надо находить подход. Интенсивное общение, нередко имеющее эмоционально-психологическую окраску, когда гость не в настроении или плохо себя чувствует, требует от обслуживающего персонала особого внимания и усилий. Конечно, это не может не сказываться на самочувствии персонала и, как следствие, влияет на формирование чувства удовлетворенности работой.

Однако если у сотрудника сформировано чувство приверженности организации, в которой он работает, он будет преодолевать трудности, связанные с объективными причинами производственного процесса. А значит, и удовлетворенность работой будет развита в достаточной степени. Следовательно, текучесть кадров будет снижена. Ведь люди не уходят просто так с работы, которая приносит удовлетворение.

В сфере гостеприимства и услуг, как, впрочем, и в любой другой организации, положительное влияние на качество оказывает низкий уровень текучести кадров. Это позволяет развивать персонала, а не сводить работу с ним к постоянному набору сотрудников и их обучению начальным навыкам работы.

Достижение хороших результатов в работе требует наличия правильного методического инструментария, в частности инструментов для тщательного измерения такого показателя, как приверженность организации.

Приверженность организации в определенной степени показывает, какие факторы удерживают персонал в организации. А для сферы обслуживания неплохо было бы еще выделить и рассмотреть факторы, которые удерживают постоянных клиентов (будь то туристические фирмы или просто гости, которые часто останавливаются в гостинице).

Для измерения приверженности как сотрудников, так и потребителей услуг, предоставляемых организацией (гостиницей, рестораном, баром и т. д.), существуют специально разработанные методики, построенные по принципу отражения следующих основных информационных потоков:

- чувства человека в отношении компании;
- взаимоотношения человека с компанией;
- информация о человеке.

По итогам обработки результатов исследования необходимо не просто сделать анализ существующей ситуации, но и выделить факторы, влияющие на уровень приверженности человека организации, будь то непосредственно сотрудник компании или партнер. Это позволит выработать и внедрить систему мер, направленную на формирование и повышение уровня приверженности, что, в свою очередь, позитивно скажется на качестве сервисного обслуживания.

Удовлетворенность персонала своей работой - важная составляющая формирования мотивационной политики предприятия. Если сотрудник удовлетворен своим трудом и его условиями, то ему незачем менять

работу. А значит, показатели текучести кадров неизменно ползут вниз, что естественным образом позитивно сказывается на качестве обслуживания. Известно, что если человек работает на своем месте длительное время, он приобретает не только навыки и умения правильно и хорошо работать, он может совершенствоваться в своей работе. А это важно, особенно в сфере гостеприимства [1, 2].

Еще больший положительный эффект на повышение системы качества в обслуживании оказывает такое чувство персонала, как приверженность организации. Приверженность лежит глубже мотивации и действует куда более эффективно. Сформировав в персонале это чувство, мы практически гарантируем успех. Остается только правильно управлять этими процессами.

1. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е.А. Балашова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вершина, 2006. - 200 с.

2. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / Н.И. Кабушкин. - Минск: БГЭУ, 2007. - 41 с.

3. Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. - СПб.: Питер, 2007. - 512 с.

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ СО СТУДЕНТАМИ ИНСТИТУТА ТУРИЗМА

Филипович И.В., кандидат педагогических наук, доцент,

Нагорный М.А., кандидат геолого-минералогических наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Научно-исследовательская работа студентов (НИРС) - это один из видов образовательной деятельности, осуществляющийся на основе активного включения студентов в научно-исследовательскую деятельность вуза, что способствует повышению качества подготовки специалистов с высшим образованием и развитию научного потенциала нашей страны. Важнейшими задачами НИРС студентов являются:

- овладение студентами в процессе обучения научными методами познания, углубленное и творческое освоение учебного материала, ориентация на постоянный рост научного знания;
- содействие всестороннему развитию личности, ознакомление с мировыми достижениями науки и техники;
- формирование навыков самостоятельного решения актуальных научных и технических задач в ходе учебно-воспитательного процесса подготовки кадров с высшим образованием;
- формирование творческих, инновационных подходов к организации и проведению научных исследований и направленности на практическое освоение результатов научной деятельности [1].

Для участия в НИРС привлекаются те, кто имеет склонность к научным исследованиям, аналитической и творческой деятельности и успешно выполняющие учебную программу. Ежегодный план НИРС вуза формируется исходя из профиля подготовки специалистов с высшим образованием и основных направлений научных исследований в вузе, а также с учетом кадрового и материально-технического обеспечения. НИРС организуется непосредственно на кафедрах и в зависимости от целей и содержания подразделяется на: НИРС, включаемую в учебный процесс (обязательная составляющая учебного плана) или НИРС, выполняемую во внеучебное время (сверх учебных планов); научно-практические мероприятия (конференции, симпозиумы, выставки, конкурсы), проводимые в установленном порядке.

НИРС, включаемая в учебный процесс, предусматривает: проведение лекций, семинарских и практических занятий; изучение теоретических основ постановки, методики, организации и выполнения научных исследований, планирования и организации научного эксперимента, обработки научных данных в рамках специализированных курсов, включенных в учебный план; выполнение заданий, лабораторных работ, курсовых и дипломных проектов (работ), содержащих элементы научных исследований; самостоятельные научные исследования в период производственной или учебной практики.

НИРС, выполняемая во внеучебное время, как правило, представляет собой выполнение исследований в русле государственных программ и реализуется в форме индивидуального участия студентов в студенческих и иных научно-практических мероприятиях.

НИРС в системе высшего образования организуется в форме студенческого научного общества (СНО), которое в наибольшей степени отвечает принципам демократичности и коллегиальности в отборе и оценке результатов научного и творческого поиска студентов. Работа СНО Института туризма организуется на основе поэтапного отбора способных и устойчиво мотивированных к осуществлению данного вида деятельности студентов и курируется педагогами кафедр факультета туризма и гостеприимства. Основная роль в «призыве» студентов к научно-исследовательской работе отводится кафедре социально-гуманитарных и экономических основ в туризме, педагоги которой осуществляют преподавание учебных дисциплин первого курса и в ходе учебной деятельности осуществляют поиск и первичный отбор способной молодежи.