

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В СОВРЕМЕННЫХ ГОСТИНИЦАХ

Кузнецов В.И., Ким Н.С.

Институт технологий (филиал) ДГТУ, 347360, Волгодонск, пр. Мира, 16, e-mail: vis10@mail.ru
Волгодонск, Россия

Российская сфера гостеприимства на современном этапе находится в процессе развития и ориентирована на приобретение выгоды от совместной работы с потребителями. Нестабильная финансовая и политическая обстановка вызвала разряд проблем, с которыми столкнулась промышленность гостеприимства. Конкретно потому предприятия обязаны внимательно изучать складывающуюся обстановку на рынке услуг.

Поиск и внедрение организациями разных форм бизнеса стали особенным фактором для действенного управления предприятиями промышленности гостеприимства. Наличествующая по сей день практика функционирования гостиничного бизнеса не отвечает международным эталонам и требованиям, что является последствием невысокой прибыльности компаний, которые связанных с управлением и эксплуатацией гостиниц.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, комплекс гостиничных услуг, гостиничные цепи, маркетинг в сфере услуг, особенности, специфика, классификация

FEATURES OF WORK IN A MODERN HOTEL

Kuznetsov VI, Kim NS

Technology Institute (branch) of DSTU, 347360, Volgodonk, Pr. Mira, 16, e-mail: vis10@mail.ru
Volgodonk, Russia

Russian hospitality industry at the present stage in the process of development and is focused on the acquisition of the benefits of working together with consumers. Unstable financial and political situation has caused the discharge of the problems faced by the hospitality industry. Specifically, because enterprises are obliged to examine closely the evolving situation in the market.

Search and implementation of various forms of business organizations have become special factor for the effective management of enterprises hospitality industry. Is there to this day the practice of functioning of the hospitality industry does not meet international standards and requirements, which is a consequence of the low profitability of companies associated with the management and operation of hotels.

The Key Words: hospitality industry, a complex of hotel services, hotel chains, marketing services, particularly, the specific classification

Согласно, анализа и проведенным исследованиям, в современном мире на основе гармоничного сочетания профессионального производства услуг и радушного отношения персонала к гостю формируется тенденция специализации средств размещения вслед за изменяющимися потребностями гостя.

В современных условиях, особенно в крупных мегаполисах, гостиницы, буквально вынуждены бороться за «место под солнцем». Чтобы не только сохранить бизнес, но и развиваться, поскольку 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 [1, с. 19].

В ходе написании статьи важно было проанализировать, а также представить специфику и особенности предприятий индустрии гостеприимства, акцентировать внимание на первый взгляд немаловажную, но в результате решающую роль профессионально организованное обслуживание гостиничных номерных фондов и их помещений, что и обусловило выбора проблематичного аспекта и его актуальности.

Объектом исследования, мы определили гостиничные предприятия.

Предметом – особенности совершенствования организации и технологии обслуживания гостиничных номерных фондов.

Целью работы послужило изучение и анализ технологии и организации обслуживания номерного фонда, исходя из которой нами определены следующие задачи:

- изучить специфику организации деятельности основных служб в гостиничных фондах и помещениях;
- рассмотреть контроль качества обслуживания и содержание жилых номеров;
- разработать мероприятия по совершенствованию исследуемой проблематики.

Методологическую основу проблематики избранной темы, составили теоретические и общенаучные методы исследования.

Итак, специфика работы персонала, входящего в административно-хозяйственную службу гостиничного комплекса, требует от них хороших организаторских способностей, требовательности, мотивации и стремления соответствовать высоким стандартам. Повседневное поддержание в должном порядке огромного числа номеров и других помещений отеля требует большой ответственности и пунктуальности.

Важность административно-хозяйственной службы подчеркивается во всех опросах, проводимых среди гостей, постоянно указывающих в системе приоритетов чистоту и порядок как требование № 1[2, с. 216].

Служба эксплуатации номерного фонда ежедневно сверяет свои данные о номерах с данными службы приема. Сообщения службы приема о выписке гостя из номера фиксируются в соответствующей графе журнала хозяйственной службы. По окончании уборки в журнале делается соответствующая отметка. О готовности номера сообщается в службу приема[3, С-328].

Таким образом, имея одну общую цель - удовлетворение потребности клиентов, структурные гостиничные подразделения являются функциональными звеньями, каждое из которых использует свою специфическую технологию.

Проводя теоретический анализ особенностям технологии и организации обслуживания номерного фонда необходимо отметить, что в отношении предоставляемого в гостинице комплекса услуг, ещё не в полной степени действует такая общая для услуг характеристика, как одновременность, неразрывный характер процессов производства и потребления.

Отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента, так, уборка и подготовка номера к продаже не совпадает по месту и времени с моментом продажи номера в службе рецепции и заселением клиента. Непосредственному обслуживанию здесь должно предшествовать выполнение подготовительных услуг, предназначенных для того, чтобы в определенный момент удовлетворить возникший спрос [4, с.38].

Руководителю этой службы подчинены горничные, супервайзеры, стюарды, работники прачечной и химчистки, флористы, швеи, уборщицы и некоторые другие категории работников. Горничные формируются в бригады и распределяются по сменам. Каждая смена имеет свой объем работы и требуемое количество горничных. Каждая бригада работает поочередно в каждой смене[5, с.74].

Каждый гость или клиент должен постоянно ощущать заботу и внимание к своей персоне. Комфортное самочувствие и удовлетворение его потребностей, является задачей первостепенной важности для гостиничного персонала, при этом залогом успеха является качество гостиничных услуг, более того, некий компромисс между качеством и ценой.

Так, в своей работе «Управление качеством в американских корпорациях», Джеймс Харрингтон утверждает, что качество – это удовлетворение ожиданий потребителя за цену, которую он себе может позволить, когда у него возникла потребность. Получается, что в сфере услуг анализ потребителем соотношения "качество - цена - результативность" происходит постоянно, что дает основание говорить о необходимости использования в управлении качеством услуг такого понятия, как "качество цены".

Исходя из вышеизложенного, особенности технологии и организации обслуживания гостиничного номерного фонда в современных гостиницах, можно рассматривать через призму понятия "качество услуги", как комплекса, состоящего из следующих компонентов:

- качества потенциала (технического качества);
- качества процесса (функционального качества);
- качества культуры (социального качества).

Таким образом, для решения поставленной в исследовании задачи, совершенствования системы организации и технологии обслуживания гостиничных номерных фондов в целом, ключевой линией отмечается проблемы управления качеством гостиничных услуг и управления процессом формирования, а также подготовки и использования ресурсного потенциала гостиниц, как одного из главных условий повышения их конкурентоспособности и эффективности.

Проблема управления качеством гостиничных услуг на территориальном уровне так же еще недостаточно разработана. В данных условиях возникает необходимость поиска и разработки новых форм и методов управления качеством гостиничных услуг с использованием новых и передовых технологий, тем самым преодоление бессистемности управления.

Главной задачей является определение основных путей повышения культуры и качества обслуживания в гостиницах.

Теоретическая значимость проведенного анализа заключается и в том, что систематизация усилий предприятий индустрии гостиничного сервиса должны быть

направлены как на привлечение клиентов, так и на максимальную реализацию их пожеланий, завоевание доверия и востребованности услуг гостиничного предприятия. Это может гарантировать только полное удовлетворение потребителя услуг.

Следственно, расходы на повышение качества обслуживания, это вклад в перспективу, выражающуюся в привлечении новых и удержании постоянных клиентов. Это утверждение подтверждается исследованиями согласно выводам которых, привлечение нового клиента приводит в пять раз больше затрат на содержание постоянного клиента путем предоставления качественного обслуживания, поскольку постоянный клиент не вызывает расходов на маркетинг, опять же, одновременно, впечатления от качества обслуживания осуществляет бесплатную рекламу гостиничного предприятия.

Изучив и проанализировав серьезный профессиональный труд Тимохиной Т.Л. в книге «Организация административно-хозяйственной службы гостиницы», где четко и пошагово описывается весь алгоритм технологий и их особенностей, трудно в рамках статьи вскрыть проблематику, присущую современным технологическим процессам.

Представляя Ростовскую область, хотелось бы отметить, что в городе Ростове-на-Дону входит в активную фазу подготовка к проведению игр Чемпионата мира по футболу 2018г. Программа подготовки подразумевает вложения в сумме 85 млрд. рублей. На эти средства предполагается построить стадион, обновить аэропорт, запустить 3 моста и, как правило, выстроить всю соответствующую логистику. Помимо гостиниц на левом берегу Дона, программа подготовки к ЧМ подразумевает строительство новых мест для размещения и в центральном районе Ростова. Предполагается, что к 2018г. в городе появится несколько сотен новых гостиничных мест. Одними из главных объектов должны стать пятизвездочные центры Hyatt Regency Rostov Don-Plaza и Sheraton. [6, с.81].

Считаем важным отметить, что системное представление о гостиничном продукте, как комплексе услуг, усиление внимания к его национальным особенностям, а также рациональное определение приоритетов в выборе уровня и масштабов бизнеса в гостиничном сервисе – это пути эффективного и гарантированного развития данного вида деятельности на долгие годы.

Список использованной литературы:

- 1 Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. – М.: Вершина, 2006. - 200 с.
2. Уокер Джон Р. Введение в гостеприимство. Учебное пособие/ М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 735 с.
3. Кусков А.С. Гостиничное дело./ Учебное пособие/ М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 328 с.

4. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебное пособие / Мн.: Новое знание, 2001. - 216 с
5. Руденко Л.Л. Технологии гостиничной деятельности. Учебное пособие/ Руденко Л.Л., М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. - 176 с.
6. Kuznetsov V.I. Hospitality industry: Trends and features of development / Eastern European Scientific Journal. 2015. № 4. С. 80-84.