

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ

*А.А. Власова, Ю.А. Дмитраченко, 2 курс
Научный руководитель – С.А. Демьянов, м.г.н.
Полесский государственный университет*

Эффективность функционирования гостиничного комплекса тесно связана с качеством предоставления гостиничных услуг. Предоставление гостиничных услуг высокого качества является составной частью стратегии обслуживания в гостинице независимо от формы собственности. Достижение качества в сфере обслуживания является главной стратегической задачей, решение которой обеспечивает предпринимательский успех предприятия.

Деятельность в индустрии гостеприимства предполагает высокую степень контактирования и координации между служащими и гостями. Наиболее часто встречающиеся действия в данном контексте направлены на улучшение и контроль качества услуг, предоставляемых в гостиничных комплексах. Однако качество гостиничных услуг заключается не только в решении технических задач обслуживания. Усилия гостиничных комплексов традиционно были направлены на привлечение клиентов, максимальное выполнение пожеланий гостей и завоевание доверия потенциальных клиентов. Поэтому стратегия развития гостиничного предприятия должна делать особый акцент на совершенствование отношений и общения между клиентами и гостиничным предприятием [2, с. 45].

Временные характеристики свойственны процессам непосредственного и опосредованного контактирования производителей услуг с потребителями. Данные контакты образуют собственно процесс обслуживания - сервис. Однако в технологии обслуживания существуют некоторые разновидности услуг и формы обслуживания, в которых все контакты между производителями и потребителями могут быть сведены к минимуму. В данном случае работники гостиничного комплекса создают возможности и условия для самостоятельного потребления клиентом комплекса услуг. Такова специфика информационно-компьютерного обслуживания в гостиничном сервисном обслуживании. Так, традиция гостиничного сервиса жестко предписывает: клиент не

должен видеть работу горничной, администратора на этаже, хотя при этом клиент оставляет за собой право в любое время обратиться к ним в случае необходимости [3].

Деловой язык персонала гостиничного комплекса должен быть красивым как при общении с клиентом лично, так и в письменных и телефонных коммуникациях. Так, И.Ю. Ляпина рассматривает следующие правила, которые персонал гостиницы должен учитывать при обслуживании своих клиентов [6; с.76]:

- 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;
- 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.

Гость получает обслуживание, начиная с первого контакта с гостиничным комплексом, бронируя номер и получая конкретную информацию по телефону. Вследствие этого операционный процесс обслуживания и функции службы приема и размещения следует рассматривать в виде нескольких этапов [4; с.119]:

- предварительный заказ мест в гостинице (бронирование);
- прием, регистрация и размещение гостей;
- предоставление услуг проживания и питания (уборка номера);
- предоставление дополнительных услуг проживающим;
- окончательный расчет и оформление выезда.

Предварительный заказ мест, регистрация при поселении, расчет за проживание и оказанные услуги, оформление выезда осуществляется службой приема и размещения, что требует от работников постоянного повышения качества обслуживания, оперативного планирования деятельности процесса обслуживания и снижения рисков потери клиента на первом этапе контактов.

Следующая часть операционного процесса – расселение – состоит в свою очередь из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождения до номера. На данном этапе операционный процесс требует от работников внимательности и высокого уровня этикета. Сопровождение клиента не должно ни в коей мере недолжно стать выпрашиванием чаевых, размер которых определяется клиентом на основе потребительской оценки уровня обслуживания.

Процесс общения персонала с гостем должен сопровождаться уточнение платежеспособности клиента, сроков размещения и других особых условий. В общении персонал должен использовать деловой стиль общения, конкретику в ответах и грамотную чистую речь. Поскольку первоначальное общение по телефону создает наиболее мощное представление потребителя о гостинице.

Администратор, при оформлении гостя заполняет визитную карту (карту гостя), гарантируя высокий уровень обслуживания вновь прибывшему гостю. Максимальная открытость и вежливость на данном этапе играет ключевую роль в обслуживании гостей [5, с. 144].

Конкретной задачей обслуживающего персонала по общему повышению качества обслуживания является создание открытой, дружелюбной атмосферы, поэтому, обращаясь к гостю по имени или фамилии, любой работник сможет добиться расположения гостя [7; с.13].

Следует также отметить, что качественное обслуживание в гостиничном комплексе напрямую зависит от состояния материально-технической базы и наличия прогрессивных технологий обслуживания.

Основным фактором обеспечения качества обслуживания в современных гостиничных комплексах является создание гибкой системы управления качеством обслуживания, предусматривающей мероприятия по разработке и внедрению стандартов качества, обучению персонала, осуществлению контроль, совершенствование обслуживания на всех участках деятельности гостиницы.

Успешность развития гостиничных предприятий во многом определяется качеством обслуживания. Поддержание высокого профессионального уровня обслуживания, своевременное устранение недостатков позволит более успешно функционировать гостиничному комплексу любого размера и функциональных возможностей.

Список использованных источников

1. Сервисная деятельность: учебное пособие / Г.В. Чекмарева, Е.Ю. Коломыцкая, Е.В. Трунова, Л.М. Загорская. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2006.
2. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 192 с.
3. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов/ Г.А. Аванесова. -М.: Аспект Пресс, 2005. -318 с.
4. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. – М.: финансы и статистика, 1999. – 308с.
5. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. - Мн.: ООО "Новое знание", 2000. - 310с.
6. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для проф. образования/ Ирина Юрьевна Ляпина; Под ред. канд. пед. наук А.Ю.Ляпина. – 2 – е изд., стер. - М.: Издательский центр "Академия", 2002. – 208 с.
7. Уокер Д. Введение в гостеприимство. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 282 с.