Министерство образования Российской Федерации

Уральский государственный экономический университет

Контрольная работа

**по предмету: Сервисная деятельность**

**Тема**: «Культура сервиса и этика обслуживания в гостиницах»

**Исполнитель:**

**Руководитель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Екатеринбург

2007

**Содержание.**

**1. Культура сервиса как часть культуры общества. 3**

**2. Этикет в гостиницах. 8**

**2.1.  Первые дни, месяцы, и ... годы работы в гостинице. 10**

**2.2. Этикет в отношениях с клиентами. 10**

**2.3.  Деловое общение и этикет. 11**

**2.4.  Телефонный этикет. 12**

**2.5. Служба, дружба и... любовь. 13**

**2.6. Этика и этикет руководителя. 14**

**3.     Стиль обслуживания клиентов в гостинице. 16**

**3.1. Правила поведения персонала гостиницы. 18**

**Список литературы 21**

**1.     Культура сервиса как часть культуры общества**

Термин "культура" в переводе с латинского языка означает "обработка, возделывание, совершенствование, воспитание, образование". Культура характеризует степень развития той или иной сферы жизнедеятельности человека и самого человека.

Именно культуре свойственно определять, насколько реализуются творческие возможности каждого члена общества и насколько его поведение соответствует общепринятым нормам морали. Различают культуру материальную и духовную.

Тот, кто живёт в современном обществе, усвоил уникальный набор ценностей, верований, отношений, навыков, обычаев, традиций и других элементов, из которых складывается культура страны. Кроме основных культур, называемых в честь континентов, где они распространены (африканский, азиатский, европейский и т.п.), существуют их варианты, представляющие собой смесь культур, такие, как латиноамериканская, франко-канадская, славянская и другие.

Вариантами же этой классификации учёные считают культуры немецкую, русскую, украинскую и т.п. Именно культура оказывает влияние на всё поведение людей, и это послужило основой создания культурных стереотипов. Например, индивидуализм более свойственен американской культуре, чем азиатской или латиноамериканской. Отношения между мужчиной и женщиной также совершенно разные.

Любое многонациональное общество дãт возможность учиться друг у друга, отказавшись от представления о своей национальной культуре как единственно "правильной". Надо принять как должное существование других культур, научиться уважать и жить в мире с их представителями, иначе межэтнические конфликты неминуемы.

Само функционирование предприятия индустрии гостеприимства невозможно без овладения теорией и практикой межличностной коммуникации всего обслуживающего персонала. Культурные барьеры существуют не только на каждом рабочем месте, но и в среде многонациональной клиентуры.

Важная задача руководства - принимать этническую пестроту кадров, составляющих единый трудовой коллектив, как нечто неоспоримое, избегая внедрения "теории титульной нации", и постоянно учить представителей разных групп понимать и уважать культурные различия друг друга. На деле это достигается созданием на предприятиях сферы услуг культуры корпоративной, ведь в технологическом процессе занято много людей, а положительный результат (отличный сервис) достигается не только трудом отдельных работников, а абсолютно всего коллектива.

Корпоративная культура - это общий стиль фирмы (гостиницы, ресторана), ощущение, которое они передадут. Корпоративная культура выражается через то, как люди относятся друг к другу и к своей работе. Выразить её можно одной фразой: "Вот как это делается в нашей гостинице!" Каждая фирма имеет свою культуру, некоторые подчёркивают её больше, другие меньше, но назначение у неё одно: сплачивать огромный коллектив вокруг общих ценностей, общих задач при решении проблем предоставления безукоризненного сервиса, создавать собственный стиль в общении с многонациональной клиентурой.

Культура сервиса заключается в умелом удовлетворении нужд клиента, а потому важной задачей индустрии гостеприимства является разработка и внедрение в практику общепринятых форм и методов обслуживания.

Культуре обслуживания надо уделять постоянное внимание, и ни в коем случае не должно быть тенденций временности и избираемости.

Культура обслуживания - это система ценностей и убеждений, поддерживаемых предприятием сферы обслуживания, реализующая идею, что его главной целью является оказание потребителю качественных услуг на основе определённых правил, процедур, системы поощрений и действий.

Всей сфере услуг характерны специфические черты:

неосязаемость услуг;

неотделимость от источника и объекта услуги;

непостоянство качества услуг;

несохраняемость услуг;

неравномерность оказания услуг.

Именно эти специфические черты заставляют мобилизовать волю трудового коллектива и производственный потенциал гостиницы и ресторана с целью

привлечения максимального числа клиентов и удовлетворения их взыскательных запросов. Без высокого уровня обслуживания, культуры, а также усвоенных норм этикета задача эта попросту невыполнима.

Система ценностей и убеждений, которая дãт членам трудового коллектива понимание его задач и обеспечивает их правилами поведения в ней, составляет организационную культуру.

В хорошо управляемых компаниях (гостиницах, ресторанах) каждый сотрудник выступает носителем этой культуры. Ее требования излагаются в правилах внутреннего трудового распорядка, должностных инструкциях, положениях, приказах руководства.

Высокая культура обслуживания конкретно помогает организациям двумя способами своего предназначения. Во-первых, она определяет поведение служащих. Они знают, как действовать в любой создавшейся ситуации, чего ожидают от них. Во-вторых, высокая культура дает служащим чувство цели и заставляет их хорошо относиться к своей компании (гостинице, ресторану).

Высокая культура обслуживания побуждает служащих гостиниц и ресторанов в своих действиях ориентироваться на клиента и является первым практическим шагом в создании организации, ориентированной на запросы клиентуры.

Таким образом, культура сервиса - это неотъемлемая часть общей культуры общества, это степень совершенства (уровень развития) процесса обслуживания клиентуры в психологическом, этическом, эстетическом, организационно-технологическом и других (по усмотрению исследователей) показателях. Для них характерны взаимосвязанность и взаимозависимость.

В практической работе предприятий индустрии гостеприимства показатель культуры сервиса особо важен, т.к. дает реальную возможность выявления передовых и отстающих структурных подразделений и определения конкретных мероприятий для дальнейшего её повышения.

Система управления качеством сервиса, ориентированная на клиента, требует особого подхода к найму, обучению, системе поощрений, методам разрешения жалоб клиентов. Когда фирма уполномочивает служащих на самостоятельное решение проблем, по которым обращаются к ним клиенты, это перемещает полномочия и ответственность при принятии решений от различного рода начальников к рядовым служащим.

Обслуживающий персонал, не ориентированный на удовлетворение запросов клиентуры, часто "не видит" её, пытается переложить ответственность за обслуживание на другие службы или иных работников гостиницы. Это плохие члены трудового коллектива, и в службах или комплексных бригадах с ними, как правило, отказываются работать. Ведь главный принцип управления качеством обслуживания и гарантии соблюдения стандартов обслуживания однозначно требует коллективных усилий в достижении поставленных целей. Когда какой-либо служащий ошибается, то другие работники стараются исправить его ошибку ещё до того, как гость её заметит. А вот в организациях индустрии гостеприимства, в которых нет слаженной работы всего трудового коллектива, создãтся некомфортная среда для клиентуры. Любой служащий гостиницы (ресторана), получивший запрос гостя или жалобу первым, отвечает за их решение. Именно первый служащий обязан добиться, чтобы клиент получил то, в чём он нуждается. Если выполнение пожелания клиента связано с обращением к должностному лицу гостиницы или в другую службу, он обязан переадресовать поступившую просьбу в соответствующие подразделения фирмы, а затем удостовериться в том, что всё выполнено так, как этого хотел клиент. Клиенту не придётся в таком случае изучать структуру гостиницы или схему организации ресторана, не придётся обращаться с повторной просьбой к другому служащему.

Психологическая культура сервиса -  это уровень развития психологических знаний, навыков и умений работников индустрии сервиса для учёта индивидуально-психологических особенностей клиентуры с целью применения наилучшей тактики их обслуживания.

Под психологией гостиничного сервиса следует понимать специальный раздел психологии, который изучает особенности и роль психических явлений в обслуживающей деятельности работников контактной зоны и потребительской деятельности клиентуры.

Знание психологии гостиничного сервиса поможет персоналу:

понять поведение клиентуры для выбора наилучшего варианта (способа)их обслуживания;

понять свой индивидуальный внутренний мир в целях сознательного регулирования своего поведения;

разобраться в поведении своих коллег для оказания им при необходимости помощи и поддержки.

Характеристика индивидуально-психологических особенностей человека (то ли это клиент,  то ли работник индустрии гостеприимства), выражающая динамику протекания его психических процессов и поведения, называется темпераментом. Темперамент человека накладывает отпечаток на всю его повседневную деятельность. В зависимости от определения сочетания показателей (уравновешенность, силы нервных процессов, подвижности) выделяют четыре типа: сангвинический, холерический, флегматический и меланхолический.

Работнику контактной зоны следует познать самого себя, т.е. определить свой тип темперамента:

работник-сангвиник успешно обслуживает клиентуру, но ему трудно выполнять монотонные, однообразные операции;

работник-холерик незаменим при обслуживании большого количества клиентов, однако плохо владеет собой, особенно в напряжённых, конфликтных ситуациях;

работник-флегматик выдержан, уравновешен, но не может работать в быстром темпе, что вызывает раздражение у клиентов;

работник-меланхолик доброжелателен, отзывчив, стремится избегать конфликтов, но медлителен и обидчив.

Чётко выраженные особенности того или иного типа темперамента проявляются у людей редко. Часто наблюдаются черты двух и более типов темперамента.

Работники контактной зоны нередко пассивно (как бы со стороны) наблюдают за поведением гостя. Знание последовательности совершения заказа позволяет им активно воздействовать на клиентуру и применять наилучшую психологическую тактику обслуживания. Ей свойственны три этапа.

*На первом этапе* необходимо овладеть вниманием клиента, вызвать у него к предлагаемой услуге интерес, желание пользоваться ею.

*На втором этапе* задачей работника контактной зоны является умелое стимулирование решения клиента воспользоваться услугой (сделать заказ);

*Третий этап* - завершение процесса оформления гостиничной услуги. Не следует задерживать клиента при окончательном оформлении документации. Клиент будет чувствовать большое удовлетворение, если работник контактной зоны одобрит его выбор.

Под этической культурой сервиса понимается уровень этических знаний, моральных принципов, нравственных навыков, проявляющихся в деятельности работников сервиса при обслуживании клиентов.

Эстетическая культура сервиса - это уровень развития и использования эстетических ценностей работниками сервиса в процессе деятельности по обслуживанию клиентов. Сюда относятся техническая эстетика и дизайн мест общего пользования (вестибюлей, холлов, лестничных клеток, коридоров и т. д.), номерного фонда, рекламные, пиктографические, информационные объявления и указатели внутри здания гостиницы, а также на его территории, внешнее оформление служебных помещений и рабочих мест обслуживающего персонала и, наконец, внешний вид работника предприятия индустрии гостеприимства.

Под организационно-технологической культурой сервиса понимается степень упорядоченности процесса обслуживания клиента. Обслуживание в номерах является, несомненно, частью общей атмосферы гостеприимства, первый шаг в создании которой сделала служба приёма гостиницы.

Оно состоит в тщательной уборке всего номера, обслуживании напитками и питанием в номере, чистке одежды и обуви, побудке проживающих, передаче клиенту оставленных для него сообщений и т.п. Чем больше услуг, тем выше разряд гостиницы. Но разнообразные услуги обуславливают необходимость многочисленного обслуживающего персонала.

Однако сегодня технический прогресс позволяет экономить рабочую силу, не сокращая количества услуг, сохраняя тем самым требуемый уровень качества обслуживания. Среди технических новшеств - мини-бары в номерах, прямая телефонная связь с системой передачи сообщений, автоматическая побудка, автоматы для чистки обуви, автоматы для воды, ледогенераторы на этажах и многое другое.

Внедрение автоматизации в бронирование обеспечивает более эффективное размещение клиентов и расчёт с ними. В то же время технический прогресс, автоматизация некоторых услуг и компьютеризация никак не могут заменить личных контактов клиентов с обслуживающим персоналом, от теплоты и радушия которого зависит, захочет ли клиент вернуться в конкретную гостиницу, бар, ресторан.

**2.     Этикет в гостиницах**

|  |
| --- |
| **С древних времен этику (от греч. Ethos - привычка, нрав) определяют как систему норм нравственного поведения человека в быту, в общественной жизни и профессиональной среде.**  **Этикет составляет совокупность норм и правил, регламентирующих внешнее проявление человека по отношению к окружающим.**  **В свою очередь служебный этикет представляет собой систему межличностных отношений в трудовом коллективе, взаимоотношений сотрудников друг с другом, руководителя с подчиненными, с партнерами, заказчиками и клиентами.**  **Этичное отношение обслуживающего персонала к проживающим гостям и посетителям гостиницы положительно влияет в целом на качество обслуживания, надолго запоминается клиентам и является одним из решающих факторов в формировании имиджа гостиничного предприятия.**  **Служебный или корпоративный этикет:**  **- определяет и обеспечивает высокий профессиональный уровень приема и обслуживания клиентов в гостиницах;**  **- содействует решению производственных вопросов предприятия;**  **- формирует морально-психологический климат в коллективе;** **- создает благоприятную социальную атмосферу.**  **Вопросы служебного этикета, на наш взгляд, возникают у каждого работника уже на стадии устройства и приема на работу.**  **1.      Устройство на работу в гостиницу**  **До начала устройства на работу попробуйте ответить для себя хотя бы на три основных вопроса:**  **- причины и основания моего желания работать в гостинице;**  **- мои реальные возможности для работы в гостинице, связанные с интенсивным, круглосуточным режимом работы гостиничных предприятий;**  **- какие цели, задачи и перспективы я вижу для себя в случае устройства на работу в гостиницу.**  **Кроме того, для устройства на любую работу, как правило, необходимы следующие условия:**  **- профессиональная подготовка;**  **- подходящий, соответствующий возраст и здоровье;**  **- умение "преподнести", показать себя "во всей красе" и привлекательности.**  **С третьим условием наиболее тесно и связан деловой этикет.**  **Готовясь к собеседованию с кадровиком либо иным представителем администрации гостиницы, тщательно продумывайте свой внешний вид, приготовьтесь к деловой беседе.**  **Первое впечатление о любом из нас всегда начинается с внешнего вида, поэтому оденьтесь и обуйтесь "подобающе": строгий деловой костюм, чистая обувь, ничего "броского", раздражающего; женщинам минимум "аксессуаров" (колец, брошек, заколок, бижутерии и т.п.), лучше воздержаться от слишком яркого макияжа, от экстравагантных причесок и "боевого раскраса". Перед беседой не поливайте себя духами, парфюмом, это раздражает и отвлекает интервьюера.**  **На деловую беседу в отдел кадров никогда не опаздывайте, но и не приходите слишком рано.**  **Приготовьте и возьмите с собой все необходимые документы: паспорт, дипломы и свидетельства об образовании, резюме либо анкету, трудовую книжку, страховой и медицинский полисы, фотографии, очки, авторучку и+ носовой платок, на случай "слез радости или печали".**  **Во время интервью очень важное значение имеет ваше психо-эмоциональное состояние. В ходе беседы ведите себя спокойно, уверенно, не нервничайте. На поставленные вопросы отвечайте кратко и четко. Положительное впечатление на интервьюера обычно производит выражение вашего лица, спокойный тембр и тон вашего голоса. Во время беседы сидите прямо, не "ерзайте" на стуле, ничего не теребите в руках, не трогайте лицо, нос, уши, подбородок и т.п. Смотрите собеседнику прямо в глаза либо в точку между бровями, не отводите взгляда от собеседника! Ни в коем случае не заглядывайте в бумаги, записи, заметки интервьюера, ничего не трогайте у него на столе! Отвечая на вопросы, говорите только о том, что касается вашей будущей работы, не старайтесь перевести беседу к неформальному разговору, не жалуйтесь на "трудности жизни" и личные проблемы.**  **В заключение беседы выскажите свое желание работать именно в этой гостинице, назовите ее "самой лучшей, самой красивой и самой желанной". Поинтересуйтесь у кадровика, когда и куда вам нужно вновь позвонить или прийти за результатом. Из кабинета выходите не спеша, поблагодарив и попрощавшись с интервьюером.**  **Еще раз, при устройстве на работу ведите себя скромно, но с достоинством, вежливо, но уверенно, соблюдайте этикет и правила хорошего тона. В этом случае, при прочих благоприятных обстоятельствах, вы вполне можете рассчитывать на положительный результат.**  **2.1.  Первые дни, месяцы, и ... годы работы в гостинице.**  **На новой работе, как правило, действуют следующие нормы и требования этикета:** **1) На начальном этапе задавайте вопросы, касающиеся только ваших служебных обязанностей. Никогда не касайтесь ничего личного, не рассказывайте о своих домашних проблемах, не жалуйтесь, это может обернуться против вас!** **2) Со всеми будьте дружелюбны, но и ни с кем не сближайтесь, не вступайте в "группировки"!** **3) Избегайте сплетен, не обсуждайте и не осуждайте "за спиной" своих коллег, особенно начальство. Никогда не обсуждайте и не осуждайте чью-либо внешность!**  **4) Не забывайте благодарить тех, кто словом и делом помогает вам в работе.** **5) На рабочем месте никогда не употребляйте спиртные напитки. Это прямой путь к увольнению!**  **6) Чтобы не вызвать сплетни и зависть, постарайтесь не устанавливать на работе близкие отношения с лицами противоположного пола.** **7) В спорных вопросах не обвиняйте во всем начальство. Поднимая рабочие проблемы, предлагайте свое решение!**  **8) Не занимайтесь в рабочее время посторонними делами ("задушевными" разговорами, болтовней по телефону и т.п.), не слоняйтесь по гостинице!** **9) Своим коллегам никогда не жалуйтесь на начальство, на условия труда и низкую зарплату! Придерживайтесь девиза: "Наша гостиница самая лучшая, зарплата и условия работы у нас прекрасные!"**  **10) Если на ваше рабочее место приходит гость или начальник, всегда вставайте!** **11) На рабочем месте не занимайтесь ни чем, что неприятно окружающим: не ковыряйтесь в зубах, в ушах, в носу, не гладьте свое лицо и волосы, не причесывайтесь, не красьте ногти и не прихорашивайтесь публично!**  **12) К своим коллегам, а тем более к клиентам, относитесь с уважением и тактом. Всегда ведите себя этично!**  **2.2. Этикет в отношениях с клиентами.**  **1) По отношению к проживающим гостям и посетителям любой сотрудник гостиницы должен быть внимательным, вежливым и дружелюбным.** **2) Никогда не занимайте в общении с клиентами "глухую оборону"! Не оправдывайтесь и не пытайтесь доказать свою правоту. Лучше найдите компромисс, по возможности, уступите гостю. Помните, что клиент всегда прав. Он - король!** **3) От поведения и отношения к гостю каждого сотрудника зависит успех и прибыль всей гостиницы, в том числе и ваша зарплата!** **4) Встречая гостя, помогите ему освоиться в номере либо в ином помещении гостиницы, расскажите про оснащение и оборудование номера, предложите имеющиеся услуги и возможности отеля.**  **5) Обязательно встречайте и провожайте своего гостя, хотя бы до двери кабинета, а лучше до лифта или выхода из гостиницы.** **6) Если гостю пришлось вас ждать, непременно извинитесь!**  **7) Свою непосредственную работу выполняйте "без шума и пыли", красиво и с настроением!** **8) Услуги гостям предлагайте неназойливо, но заманчиво!** **9) О своей гостинице, по возможности, знайте все и всегда будьте готовы помочь гостю в решении его проблем и вопросов.**  **2.3.  Деловое общение и этикет.**  **От умения общаться с клиентами и друг с другом зависят наши успехи в работе и дальнейшее продвижение по службе.         Служебный этикет устанавливает следующие принципы делового общения:**  **1) Умейте слушать других! В гостинице это в первую очередь касается клиентов и начальников. Не перебивайте их, дослушайте до конца.**  **2) В любых разговорах избегайте двузначных, обидных выражений, ни при каких обстоятельствах не допускайте оскорблений и брани!**  **3) Правильно произносите имена и фамилии людей, с которыми общаетесь. Если не знаете точно имени и отчества собеседника, извинитесь и уточните.** **4) Умейте хранить тайны: профессиональные, производственные, корпоративные, условия вашего труда и размер зарплаты, личные сведения о гостях и сотрудниках гостиницы и т.п.**  **5) В телефонных разговорах и в присутствии посторонних лиц избегайте конкретных фактов и цифр, касающихся вашего предприятия.**  **6) Представляясь клиентам и посетителям, называйте свое имя, фамилию, должность. Приветствуйте гостя и коллегу по работе словами "доброе утро", "добрый день или вечер".**  **7) Никогда ни у кого не спрашивайте: "Вы меня помните?". Этим вы можете поставить собеседника в неловкое положение. Лучше представьтесь еще раз.**  **8) Если вы не знаете ответа на поставленный вопрос, признайтесь в этом и направьте к сведующему специалисту, либо дайте телефон соответствующей службы.**  **2.4.  Телефонный этикет.**  **В общении по телефону надо говорить прямо в трубку, достаточно громко, четко и внятно, не допуская фамильярности и не употребляя слов типа: "дорогая", "солнце мое", "милочка", "угу", "клево", "круто" и других жаргонных выражений.** **Перед тем, как ответить на звонок, уберите с лица гнев и раздражение, улыбайтесь! Это сделает ваш голос доброжелательным и спокойным.** **Разговаривая по телефону, внимательно и заинтересованно слушайте собеседника, кратко и конкретно отвечайте на поставленные вопросы. Даже если вам грубят, будьте сдержанны и корректны.**  **Никогда не говорите по телефону с набитым ртом! Во время разговора не жуйте и не пейте чай, кофе и другие напитки, тем самым вы показываете крайнее неуважение к собеседнику.**  **Если в ходе разговора с клиентом пропала связь или вас разъединили, перезванивать должен позвонивший. Однако в гостинице это лучше сделать сотруднику отеля.**  **Кто и как должен заканчивать разговор по телефону? Однозначно позвонивший, за исключением, когда он "заболтался" и говорит не по существу.** **В случае, когда вы стали невольным свидетелем чужого телефонного разговора, целесообразно, под благовидным предлогом выйти из служебного кабинета говорящего, либо, не обращая внимание на содержание разговора, отвлечься на бумаги, углубиться в чтение или "заинтересоваться" видом из окна.** **Гостиничным этикетом выработаны запретные фразы, которые в телефонном и в живом общении, НЕЛЬЗЯ, не этично говорить клиентам и посетителям.** **Предлагаем небольшой список этих запретных фраз:** **- "А чего вы от меня хотите? Я не могу! И вообще, это невозможно!"**  **- "А в чем проблема? Мы так всегда делаем!"**  **- "Я этим не занимаюсь"**  **- "Вы сами виноваты"**  **- "А у нас завис компьютер!"**  **- "Мы старались, как могли..."**  **- "Срок истек вчера"**  **- "Это вообще не моя обязанность"**  **- "Перезвоните человеку, который этим занимается!"**  **- "Почему бы вам не побеспокоиться раньше?!"**  **- "Можете звонить моему начальнику, но он вам скажет тоже самое"**  **Голос автоответчика: "Я говорю по телефону или не нахожусь на рабочем месте".**  **- "Что вы хотите, чтобы я сделал?!"- "Придется доплатить..."**  **- "Я сомневаюсь, что так можно"**  **- "Ну, что еще?!"**  **- "У меня не было времени!"**  **- "Вот, если бы вы..."**  **- "Извините, но меня уволят, если я..."**  **- "Наш начальник никогда никому не позволяет"**  **- "Я не должен брать это на себя"**  **- "Не надо мне грубить!"**  **- "Вы не единственная!"**  **- "Мне слишком мало платят, чтобы я..."**  **- "Извините, это не входит в мои служебные обязанности"**  **- "Дама, не кричите на меня!"**  **- "Молодой человек, вы могли бы не выражаться!"**  **- "Если будете продолжать в таком тоне, я повешу трубку!"**  **- "Вы по какому вопросу, дедуля?"**  **- "Извините, бабуля, у нас нет свободных мест".**  **Используя такие фразы и разговаривая в таком тоне, мы не только вызываем раздражение и возмущение наших клиентов, но и можем потерять их навсегда.**  **2.5. Служба, дружба и... любовь.**  **Можно ли дружить с сослуживцем? Да, можно, но до тех пор, пока это не мешает работе. С кем дружить на работе? Лучше с себе подобными, т.е. с равными по служебному статусу. Если навязываться с дружбой к начальству, прослывешь карьеристом и подхалимом.** **Лучше доброжелательные отношения со всеми, чем тесная дружба с отдельными!** **Можно ли дружить на работе с коллегами противоположного пола? Большой риск! Обычно такая дружба вызывает сплетни, намеки, зависть и раздражение.** **Если вы влюбились на работе, никогда не делитесь этим с коллегами! Обязательно осудят и начнут сплетничать. "Служебный роман", как правило, плохо сказывается на работе. В этой ситуации выход только один: одному из двух поменять место работы, уйти.** **Дружба между женщинами-коллегами редко бывает длительной и устойчивой. Чаще это "временный союз двух для борьбы с третьей".** **В общении с коллегами по работе избегайте демонстративных поцелуев, объятий, многозначительных, игривых взглядов и жестов. Это вызывает недоумение, ненужные предположения и осуждение. Свою личную жизнь следует устраивать за пределами предприятия.**  **2.6. Этика и этикет руководителя**  **Руководитель любого предприятия, в том числе и гостиничного, с первых дней своей работы находится под пристальным вниманием своих сотрудников. Их интересует и волнует в начальнике буквально все: во сколько и в каком настроении он приходит на работу, как он одет, как выглядит, с кем и как здоровается при встрече, как организует свой рабочий день, с кем общается в первую очередь и с кем не общается вообще, есть ли у него "человеческие слабости", его пристрастия и интересы, черты характера и т.д. и т.п.**  **В связи с этим этические нормы и соблюдение служебного этикета необходимы руководителю в первую очередь.**  **Прибыв на работу, уже на входе в гостиницу руководитель должен забыть о своих личных проблемах, настроиться на рабочий лад и создать хорошее рабочее настроение подчинённым.** **Целесообразно ли начальнику первым здороваться с подчинёнными? На наш взгляд, приветствуя подчинённого первым, руководитель от этого только выигрывает. Если же это сотрудник старшего возраста или женщина, то здороваться первым просто необходимо.** **Ничего нет неприятней подчинённым, чем надменный, высокомерный вид начальника, его полное пренебрежение к своим сотрудникам, отсутствие интереса к их труду и рабочему настроению.**  **Очень распространённая "слабость" руководителей по отношению к подчинённым - это обращение на "ты".**  **В каких ситуациях начальник может "тыкать" подчинённым? На наш взгляд, ни в каких.** **Одностороннее обращение на "ты" в большинстве случаев унижает и обижает рядовых сотрудников. Объяснение этому простое: подчинённый не может ответить тем же. Ссылки на практику общения руководителей и подчинённых в западных странах, где якобы принято общение всех сотрудников на "ты", для нас, с учётом российских традиций и менталитета, не состоятельны.**  **Кроме того, если подчинённый, руководствуясь "западным стандартом", перейдёт на "ты" с начальником, последнему это вряд ли понравится.** **Общение руководителя с сотрудниками из числа "прекрасной половины", которых всегда большинство в гостиницах, требует особого внимания и осторожности. Женщины, как народ мудрый и дальновидный, изучают, проверяют и испытывают начальника тонко и изощрённо. Поиски и определение "любимчиков" и фавориток руководителя ведутся постоянно и целенаправленно.**  **В связи с этим руководитель не должен, хотя бы внешне, приближать к себе, демонстрировать предпочтение своим "избранным". Это ведёт к сплетням, раздражению и будоражит коллектив. Необходимо помнить, что умиление и восхищение, восторг и комплименты в адрес руководителя со стороны "прекрасной половины" очень часто носят прагматичный, чётко рассчитанный характер и длятся ровно столько, сколько вы находитесь "у руля".** **Найти "золотую середину" в общении с сотрудниками, не "перегнуть палку", но и не допустить панибратства руководителю помогут нормы и правила этикета, деловая культура и искреннее уважение к своим сотрудникам, к клиентам и деловым партнёрам.** **По тому насколько этично и воспитанно ведёт себя руководитель гостиницы с проживающими гостями и деловыми партнёрами можно судить об этике поведения и отношении к клиентам всех сотрудников. Если руководитель высокомерен, чванлив, груб и невнимателен к своим посетителям вполне можно ожидать, что и его подчинённые подобным образом ведут себя, общаясь с проживающими и другими гостями гостиницы.** **Именно руководитель формирует морально-психологический климат в коллективе. Если он действует по принципу "разделяй и властвуй", поощряет обстановку страха, наушничества, недоверия и подозрительности среди коллег по работе, то постоянно будет сталкиваться с отсутствием инициативы, желания и стремления подчинённых к результативной, творческой работе. И наоборот, доверяя и уважая своих подчинённых, соблюдая этикет и деловую культуру в общении с ними, руководитель может рассчитывать на продуктивный, самоотверженный труд своих сотрудников, на их искреннее уважение и авторитет.**  **Таким образом, служебный этикет и деловая культура в гостинице - это система ценностей, определяющих поведение руководителей и рядовых сотрудников в ходе приема и обслуживания гостей, существенно влияющих на взаимоотношения работников внутри коллектива, на репутацию гостиничных предприятий.** |

**3.     Стиль обслуживания клиентов в гостинице.**

**Очень важное значение при приеме клиентов в гостиницу имеет  соблюдение определенного стиля обслуживания, то есть совокупности  определенных  правил и норм поведения персонала при обслуживании гостей гостиницы [16; 110].**

**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 [25; 75].**

**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 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 [33; 13].**

**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! [30; 75]**

**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 становиться 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.  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 [33; 108].**

**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  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 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.**

**3.1. Правила поведения персонала гостиницы**

**Гостиничный этикет - это установленный порядок поведения обслуживающего персонала гостиниц по отношению к клиентуре и основы взаимоотношений между собой всего обслуживающего персонала: начальников и подчинённых, а также и равных по занимаемым должностям.****[1]**

**Этикет, если понимать его как установленный порядок поведения, помогает избегать промахов или сгладить их достаточными, общепринятыми способами. Поэтому основную функцию, или смысл этикета обслуживающего персонала гостиниц, можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию нужд и потребностей гостиничной клиентуры и каждого члена трудового коллектива.**

**Нормы этикета, принятого в гостинице, способствуют отработке трудовым коллективом основ корпоративной культуры, без чего жизнь в третьем тысячелетии немыслима.**

**Однако этикет не должен быть самоцелью или являться ценностью как таковой, сам по себе. Он ценен ровно настолько, насколько помогает человеку. Если этикет помеха, то это уже не этикет, т.е. не система помощи в общении, а "антиэтикет", система вреда.**

**Второй по значению функцией этикета является функция удобства, т.е. целесообразность и практичность. Многие считают, что этикет - игра в вежливость, условность. В какой-то мере это справедливо, если не принимать в расчёт того, что в большинстве случаев это очень практическая условность.**

**Правила служебного этикета предписывают работнику контактной зоны встречать клиента с приветливой улыбкой - как внешней формой проявления доброжелательности. Улыбка при встрече служит важным аргументом того, что клиент в конкретной гостинице желаем и его появлению рады.**

**Этикет является одним из главных аргументов в формировании имиджа любой гостиницы. В современном бизнесе лицу гостиницы отводится немалая роль. Так, к примеру, во многих странах считается, что по первому телефонному звонку в гостиницу у клиента создãтся самое стойкое  впечатление об уровне оказания ею услуг, о порядке и правилах, установленных в ней, и т.д.**

**Этикет же телефонного разговора достаточно прост, однако довольно действенен. Для его соблюдения достаточно знать всего несколько основных правил.**

**Там, где присутствует этикет, выше производительность, лучше результаты. Поэтому всегда нужно помнить один из главнейших постулатов, который знают бизнесмены всего мира, - хорошие манеры прибыльны.**

**В гостиничном деле этикет составляют всевозможные правила, регламентирующие этот вид деятельности: международные стандарты сферы услуг, а также аналогичные нормативные акты РФ, национальные обычаи и закономерности.**

**В гостиничной отрасли нормативными документами, частично определяющими основы служебного этикета, являются: "Правила внутреннего трудового распорядка и должностные инструкции", "Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации", "Порядок проживания в гостинице" и "Порядок оплаты услуг (основных и дополнительных)", "Технология производства гостиничного продукта", "Инструкция по санитарному содержанию помещений гостиницы", "Порядок меблирования и оснащения номерного фонда и мест общего пользования мягким и твёрдым инвентарём" и т.д.****[2]**

**Руководством предприятия разрабатываются для служб (отделов) специальные инструкции, содержащие важные элементы корпоративной культуры.****[3]**

**Так, Положение о службе размещения гостиниц содержит важные напоминания: хорошо встреченный клиент - это клиент ожидаемый (подготовлены списки прибытия, анкеты клиентов и другие необходимые меры). Клиент по прибытии должен быть встречен доброжелательно и с улыбкой, нельзя его заставлять ждать, он не прерывает работу сотрудника службы приёма  - он его работа.**

**Приветствие, улыбка, предупредительность, радушный приём - это основа приёма клиента. Достаточно лишь не обеспечить нормального бронирования (всех пожеланий клиента), и приём его уже испорчен. Беседа при встрече, не претендуя быть типовой, может включать следующее: как прошло путешествие, условия бронирования номера (тип номера, условия, тариф, сроки пребывания, дата отъезда и прочие элементы), пожелания приятного пребывания, информация по гостинице, возможность сопровождения.**

**Принять клиента - это значит не только разместить, но и информировать и помочь клиенту. Если есть необходимость в заполнении анкеты, то, будучи процедурой весьма неприятной, необходимо, чтобы она прошла в наиболее благоприятной атмосфере. Сопровождение клиента до комнаты - это составная часть процедуры приёма и по-прежнему высоко ценится. Оно помогает продолжить начатый разговор, начатую информацию, поможет клиенту сориентироваться в гостинице.**

**Информация по гостинице может быть предметом обучения персонала. Кроме того, эта информация должна содержаться в специальном проспекте по гостинице, находящемся в номере, с которым клиент может ознакомиться, когда его сопровождающий покинет номер, не забыв пожелать ему приятного пребывания в гостинице и проверив, всё ли нормально в номере.**

ЛИТЕРАТУРА

|  |
| --- |
| **Журнал "Парад Отелей" 1 2005г** |

Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания

**Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания**

Спивак В.А. Корпоративная культура

[1] Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания; с.309.

[2] Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания; с.312.

[3] там же.