

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. И. ВЕРНАДСКОГО»

СБОРНИК ТЕЗИСОВ УЧАСТНИКОВ

V научно-практической конференции
профессорско-преподавательского состава,
аспирантов, студентов и молодых ученых

«ДНИ НАУКИ КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»

ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

(наименование структурного подразделения/филиала)

**СЕКЦИЯ: «СОВРЕМЕННЫЙ ГОСТИНИЧНО-
РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС: ЭКОНОМИКА И
МЕНЕДЖМЕНТ»**

г. Симферополь 2019 год

V научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Сборник тезисов участников/ Секция «Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент» // Симферополь, 2019

В сборник включены доклады участников V научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского», отражающие достижения научных и практических изысканий в сфере естественных, гуманитарных, технических наук и информационных технологий.

Работы публикуются в редакции авторов. Ответственность за достоверность фактов, цитат, собственных имен и других сведений несут авторы.

**СЕКЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЙ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ**

Полищук Е.А.

*доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврической
академии КФУ
pea.znu@mail.ru*

Введение. К ключевому условию, определяющему качество жизни крымчан, относится занятость в трудовой сфере деятельности, имеющая особое значение в качестве индикатора обеспечения определенного качества жизни населения, так как обуславливает и другие базовые индикаторы качества жизни, такие как условия труда, заработная плата, уровень здоровья, социальная защищенность и др.

Цель и задачи исследования. Цель настоящего исследования заключается в выделении основных предпосылок исследования качества жизни населения Республики Крым в сфере занятости на современном этапе развития.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующей задачи: для изучения качества жизни населения Республики Крым использовать социологическую составляющую.

Методика исследований. В рамках исследования рекомендовано применение социологических методов, позволяющих выделить проблемы занятости трудовой деятельностью крымчан в качестве ключевого индикатора, формирующего их качество жизни.

Результаты исследования. Выделяя основные предпосылки качества жизни населения Республики Крым, остановимся на социологической информации, позволяющей, ориентируясь на мнения главных субъектов рынка труда, дать характеристику процессам формирования и развития социально-трудовых отношений в регионе. Это связано с тем, что изучение мнения отдельной группы субъектов на рынке труда, например, работодатели работники и др., дает возможность разобраться в трудовых аспектах и качестве занятости отдельных возрастных групп населения с различных сторон. Так, опрос работодателей позволит раскрыть их перспективные планы, связанные с наймом дополнительной рабочей силы, потребностью в молодых кадрах (молодые специалисты), высвобождением отдельных категорий работников, что в совокупности позволяет оценить результативность внутрифирменной политики занятости и спрогнозировать спрос на рабочую силу в будущем. В свою очередь, опрос отдельных категорий занятых работников, дает возможность получить информацию об их удовлетворенности занимаемой должностью, планах о продвижении по служебной лестнице или ближайшем увольнении, трудовых конфликтах и пр. Анализ мнений безработных граждан помогает с нового ракурса рассмотреть проблемы поиска рабочего места, прохождения собеседования, оценки эффективности деятельности центра занятости населения, кадровых агентств.

В основе качественного социологического исследования вопросов, связанных с формированием и регулированием качества жизни крымчан в сфере занятости, в особенности качества трудовой жизни, заложен экспертный опрос в форме свободного интервью, предполагающего опрашивание различных групп основных субъектов, входящих в инфраструктуру рынка труда на региональном уровне и отвечающих за вопросы, связанные с регулированием занятости населения Республики Крым, обеспечением эффективной,

полной занятости, социальной поддержкой не только безработных, но и занятых граждан. В данном случае к ключевым объектам эффективного экспертного социологического исследования необходимо отнести административный персонал предприятий (организаций), участвующий в найме рабочей силы, ведущих специалистов государственного казенного учреждения «Центр занятости Республики Крым» и его территориальных отделений, руководителей кадровых агентств, непосредственно участвующих в осуществлении политики занятости, поддержке работающих и безработных граждан.

Цель эффективного экспертного социологического исследования непосредственно заключается в изучении качества жизни крымчан в сфере занятости, регулировании качества трудовой жизни на региональном уровне, социальной поддержке безработных граждан.

Предметом эффективного экспертного социологического исследования работодателей будет являться изучение кадровой деятельности региональных предприятий (организаций), анализ основных потребностей в рабочей силе на перспективу. В свою очередь, предмет экспертного социологического исследования представителей государственного казенного учреждения «Центр занятости Республики Крым» и его территориальных отделений будет выступать изучение особенностей и эффективности основных мероприятий региональной политики занятости, прогнозирование перспектив развития рынка труда республики.

К основным задачам экспертного социологического исследования работодателей и представителей государственного казенного учреждения «Центр занятости Республики Крым» и его территориальных отделений можно отнести выявление проблем социального и трудового характера на предприятиях (организациях) республики; установление причин высвобождения рабочей силы; анализ условий обеспечения качества трудовой деятельности, условий и режима труда; изучение тенденций развития республиканского рынка труда в ближайшей перспективе; выявление эффективных мероприятий политики занятости Республики Крым; анализ основных потребностей работодателей в рабочей силе по профессионально-квалификационному признаку, изучение факторов, влияющих на эффективность и качество занятости населения региона и др.

Выводы. Проведенное исследование позволило заключить, что к одному из значимых условий обеспечения достойного качества жизни и уровня благосостояния крымчан, а также качества их трудовой жизни является занятость трудовой деятельностью, обеспечивающая условия формирования качества жизни населения Республики Крым не только в современных условиях развития, но и в перспективе.

ЛЕЧЕБНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ОТДЫХА

Гук О.А. 1 Буркальцева Д.Д. 2,

*1 к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет
географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ*

2д.э.н., профессор кафедры экономики АПК ИЭУ КФУ

Введение. Туристическая индустрия развивается достаточно быстро, осваивая все новые технологии и виды. Одним из популярных и отвечающим вызовам современного темпа, условиям жизни – является развитие санаторно-курортного лечения. Стремление к здоровому образу жизни в последнее время неразрывно связано с такими понятиями, как спа-отдых, wellness-туризм, медицинские-спа. Грань между данными понятиями стирается и элементы одного направления активно используются в других.

Цель и задачи исследования. Целью – является целеполагание лечебного туризма как перспективного направления развития санаторно-курортного отдыха. Задачи: рассмотреть

велнес, как направление оздоровительной индустрии; сервисную политику в санаторно-курортных учреждениях; направления повышения уровня сервиса.

Методы исследования: анализ и синтез, индукция, дедукция.

Результаты исследования. Среди современных видов туризма, лечебный один из самых распространенных, его популярность обусловлена модой на здоровый образ жизни, хорошим здоровьем, физической формой и красотой. Лечение и восстановление после заболеваний с использованием природных факторов – на этом основано сложившееся представление о санаторно-курортном лечении. С начала 2000 годов начинается складываться за рубежом, позже в России изменение концепции образа жизни и стремление к оздоровлению с применением новых методов.

Велнес – направление оздоровительной индустрии, нацеленное не только на создание внешней красоты, но и на проведение внутренней психологической релаксации, снятие стресса. Слово «велнес» (wellness) обозначает состояние физического и душевного благополучия. Английское слово произошло от fitness и well-being, что означает «хорошее самочувствие» или «благополучие». Wellness представляет собой концепцию образа жизни, сочетание ментального и физического здоровья, правильного питания, физической активности и отказа от вредных привычек.

Возрастающий спрос к лечебному туризму приводит к возникновению новых отелей и модернизации, изменениям в уже существующих отелях. Wellness-туризм набирает популярность и все больше отелей уделяют внимание развитию данного направления и расширяют спектр услуг, включая в него оздоровительные и релаксационные программы, разнообразные занятия фитнесом, быти-сервисы, различные мастер-классы, психологические и развивающие тренинги. Wellness-туризм предполагает получение гостем сбалансированного и персонального подхода к оздоровлению.

Появление медицинских спа обусловлено интеграцией медицинских технологий в спа-индустрию, а также необходимости медицинского сопровождения части спа-процедур, что в свою очередь диктует и требования к уровню сервиса и качеству предоставляемых услуг.

Предоставляемые услуги и качество в российских санаториях и wellness-курортах (спа-отели) сильно отличаются. Разница в большей мере именно в уровне сервиса и атмосфере. В санаторно-курортных учреждениях под «сервисом» подразумевается наличие платных услуг, в спа-центрах и wellness-курортах является определяющим. Именно из-за «сервисной» составляющей большинство клиентов предпочитают wellness-курорты и спа-центры вместо классических санаторно-курортных учреждений.

Сервисная политика в санаторно-курортных учреждениях проводится не планомерно либо вообще отсутствует. Многие санатории предоставляют первоклассное лечение, однако сервисное обслуживание осталось на прежнем невысоком уровне. Это связано с отсутствием стандартов обслуживания, сервисных протоколов для большинства процедур, а также с тем, что персонал нуждается в серьезной подготовке не только с точки зрения освоения новых методик и технологий, но и в обучении навыкам клиентоориентированного обслуживания и спа-этикета.

Выводы.

Для того чтобы поднять на высокий уровень планку сервиса, необходимо:

разработка и применение внутрикорпоративных стандартов (сервисных протоколов, регламентов обслуживания и проведения процедур и т.д.), разработка и внедрение сервисной стратегии;

систематическое обучение персонала прописанным нормам и навыкам;

проведение регулярного внутреннего и внешнего аудита в отношении обслуживающего персонала и качества сервиса;

работающая система контроля и управление качеством;

организация пост-сервисного сопровождения и «обратной связи» с клиентами.

Секрет превосходного обслуживания прост: сервис – это не только улыбки, а четко выстроенные процессы и системы, вовлеченные сотрудники и руководители, показывающие на своем примере клиентоориентированный подход.

Велнес аккумулирует в себе физическое, духовное и эмоциональное здоровье. Также это определенный стиль и образ жизни, исходящий от позитивно мыслящих людей. Это не просто здоровье, но и особый социальный навык, помогающий сопротивляться болезням, стрессам и апатии, поддерживать веру в себя.

РОЛЬ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

1 Юкаш В.Д., 2 Гукасян Д.Э., 3 Гук О.А

1 обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

2 обучающийся второго курса бакалавриата кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

3 научный руководитель, к.ф.н. доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ.

Введение. В современных условиях управление качеством во многом базируется на стандартизации. Стандартизация является нормативным способом управления. Она воздействует на объект путем установления норм и правил, которые оформлены в виде нормативных документов, имеющих юридическую силу.

Цель исследования состоит в изучении процессов стандартизации в сфере гостеприимства и выявлении роли стандартизации в повышении качества гостиничного обслуживания.

Методика исследования. При проведении исследования, были использован анализ, сравнительный и структурно-функциональный методы.

Результаты исследования. Быстрорастущий гостиничный бизнес, становится все более конкурентным, это связано с тем, что на рынке постоянно появляются новые предложения, которые, в свою очередь, создают препятствия для гостиниц, которые уже давно вышли на этот рынок. В гостинице, важным составляющим в организации обслуживания является удовлетворение потребностей гостя. Поэтому, многие предприятия гостиничной индустрии разрабатывают систему стандартов обслуживания, и стандарты работы всех составных частей процесса удовлетворения потребностей гостя.

Стандарт- это документ, который включает в себя нормы, правила, требования, которые следует соблюдать для предоставления качественной и безопасной услуги в той или иной сфере деятельности.

Стандартизация- это деятельность, предусматривающая установление норм, правил и требований для обеспечения безопасности работы и жизни персонала, безопасности окружающей среды и населения (потребителей), а также качественного предоставления услуг, продуктов надлежащего качества, соответствие информации и действительности.

Потребность гостя является краеугольным камнем любого стандарта обслуживания, так как высокое качество обслуживания в гостинице, слаженная работа всех элементов предоставления гостиничной услуги ведет к высочайшему удовлетворению ожиданий и потребностей потребителей, и затем к успеху предприятия.

В производстве и потреблении гостиничных услуг вопросы качества играют очень важную роль, для достижения которой, необходимо предоставлять качественное обслуживание гостям. Если взглянуть на мировую историю развития различных гостиничных предприятий и цепей, то можно заметить, что прибыль – это, в первую очередь, результат качества.

Применение стандартов обслуживания и сертификации услуг в индустрии гостеприимства определяет способы и критерии оценки качества деятельности гостиниц и дает возможность

создать у гостей уверенность в том, что все услуги предоставляются им в рамках четко определенных норм и правил. Когда гость проводит оценку качества гостиничных услуг он сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Следовательно, качество - это, в первую очередь, чувство удовлетворения гостя от обслуживания, а качественная услуга - это услуга, отвечающая потребностям гостя. Уровень качества, в свою очередь, зависит от степени совпадения представлений человека о реальном и желаемом обслуживании в гостинице или ресторане.

В гостинице гостю, прежде всего, продается впечатление – оно является первой стадией взаимодействия гостя и всей системы отеля. Именно поэтому очень важно чтобы гость чувствовал себя уютно и в дальнейшем у него сложилось благоприятное впечатление о месте его пребывания.

Многолетний опыт крупных гостиничных сетей, позволяет вычислить своеобразную «формулу успеха», которая, не теряет свою актуальность и в настоящее время. Стандарты гостиничных сетей рассматривают любые аспекты, возникающие в процессе взаимодействия гостя и работника гостиницы. Они помогают найти выход из любой ситуации, возникающей в процессе обслуживания гостя.

Для поддержания постоянного высокого уровня качества услуг способствуют обучающие программы, которые применяются в крупных гостиничных цепочках по всему миру. Эти программы нужны для того, чтобы подчеркнуть значимость корпоративных стандартов и их прямую взаимосвязь с ростом удовлетворенности гостей. Стандарты многих известных гостиничных цепочек определяют, что персонал должен быть: коммуникабельным, терпеливым, доброжелательным, вежливым, стресс устойчивым, обладать приятной внешностью, уметь работать в коллективе. Стандарты обслуживания могут быть самыми разными, все зависит от того какой гостиница позиционирует себя и какова ее целевая аудитория.

При обслуживании гостей можно выделить 3 основных вида стандарта:

1. Порядок приема, регистрации и размещения гостей;
2. Квалификационные требования к персоналу гостиницы;
3. Основные требования к внешнему виду персонала.

Основными целями стандартизации в сфере гостиничного обслуживания являются обеспечение установленного и обещаемого уровня качества и безопасности потребления гостиничного продукта, а также защита интересов потребителей. Также стандарт является важным составляющим, который позволяет многим отелям достойно конкурировать в своем ценовом сегменте.

Стандарты качества обслуживания- стандарты, которые необходимо разрабатывать и придерживаться для качественного обслуживания и для достижения конкурентоспособности в сфере обслуживания. Стандартами обслуживания являются ежедневные процедуры, которые выполняет персонал для того, чтобы добиться максимального удовлетворения гостей. Для успеха гостиницы, требуется разрабатывать стандарты обслуживания для каждого предприятия в отдельности, учитывая международные и национальные требования. Необходимо чтобы стандарты были гибкими, отвечающими пожеланиям гостей, а также соответствовать предприятию.

Для упорядочивания деятельности в гостиницах разрабатываются стандарты организации, которые создаются и утверждаются в самой гостинице. Чтобы гостиница постоянно развивалась, очень важным является не только разработка этих стандартов, но и строгое их соблюдение, а также контроль исполнения. Показатели, устанавливаемые стандартами, должны обеспечивать высокое качество гостиничных услуг и учитывать передовой отечественный и зарубежный опыт.

Выводы. Все современные гостиницы стремятся расширить спектр предоставляемых услуг. Следовательно, для того, чтобы проконтролировать качество этих услуг, разрабатываются государственные стандарты, которые дополняются стандартами, созданными для определенных отелей. Если рационально и правильно применять стандарты, то это повлияет

на качество услуг и повысит уровень конкурентоспособности гостиницы. Основным звеном, отвечающим за выполнение стандартов, является персонал, который должен понимать свои рабочие компетенции, а также стремиться постоянно повышать свои квалификационные характеристики. Применение стандартов позволит добиться постоянного уровня качества предоставления услуг.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ

Гук О.А.¹, Мельничук В.В.²

¹научный руководитель, к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающийся третьего курса бакалавриата кафедра менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Научно-технический прогресс, развитие производства и технологий, а также рынок труда, который подвергается регулярным изменениям, нуждается в постоянном развитии профессиональных способностей и компетенций работника. В связи с этим, все большую популярность набирают профессиональные стандарты. Профессиональные стандарты призваны помочь владельцам гостиничных организаций контролировать уровень профессионализма работников, систематически улучшать и поддерживать качество предоставляемых услуг в конкретной сфере деятельности.

Целью данной работы является изучение влияния профессиональных стандартов на эффективность гостиничного бизнеса

Задачами исследования является:

1. Изучение теоретических основ понятий профессиональный стандарт, квалификация сотрудника.
2. Обзор утвержденных профессиональных стандартов в гостиничной сфере.
3. Формулировка основных направлений повышения эффективности деятельности в гостиничной сфере за счет внедрения профессиональных стандартов.

Методика исследований. В работе использованы методы исследования: анализ, обобщение, конкретизация.

Результат исследования. Кадровый вопрос в сфере гостеприимства, стоит наиболее остро, как фактор, влияющий на эффективность работы всего предприятия. Профессиональный стандарт – это описание квалификации, которой должен соответствовать работник для осуществления определенной трудовой деятельности. Такой документ содержит требования к знаниям, навыкам и опыту работы, необходимым для конкретной должности. В свою очередь, квалификация работника – это уровень знаний, умений, а также профессиональных навыков и опыта работника.

В настоящее время профессиональные стандарты используются для подготовки конкретной справочной информации, содержащейся в юридических базах данных, для удобства ориентации работодателей. Это своеобразный отчет, сборник работ, свод приказов, в которых утверждены профессиональные стандарты в различных сферах экономики.

В соответствии с утвержденным справочником кодов общероссийских классификаторов, Министерства Труда Российской Федерации, существует следующий перечень профессиональных стандартов, для работников гостиничных организаций. (Таблица 1)

Таблица 1.

Профессиональные стандарты для персонала индустрии гостеприимства

Код	Наименование профессий работников индустрии гостеприимства	Приказ МинТруда
33.007	Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц	№ 282н от 07.05.2015
33.008	Руководитель предприятия питания	№ 281н от 07.05.2015
33.012	Специалист по подбору персонала (рекрутер)	№ 717н от 09.10.2015
33.022	Работник по приему и размещению гостей	№ 659н от 05.09.2017
33.010	Кондитер	№ 597н от 07.09.2015
33.011	Повар	№ 610н от 08.09.2015
33.013	Официант/бармен	№ 910н от 01.12.2015
33.014	Пекарь	№ 914н от 01.12.2015
33.021	Горничная	№ 657н от 05.09.2017

Источник: составлено авторами.

Применение профессиональных стандартов в индустрии гостеприимства значительно повышает эффективность кадровой учетной политики, системы управления персоналом на предприятии, организации профессионального обучения сотрудников и их аттестации, а также описания рабочего процесса. Каждый работодатель должен быть заинтересован в том, чтобы его сотрудники имели качественное образование, учитывая специфику гостиничных предприятий.

Поскольку, менеджерам предлагается обучать своих сотрудников и повышать их квалификацию, то расходы на обучение, несет сам работодатель. Следует отметить, что профессиональное развитие, также является большим преимуществом для компании в условиях существующей конкуренции.

Профессиональные стандарты могут применяться в следующих случаях: для наименований должностей, профессий и занятий, определения должностных функций, требований, а также уровня образования и опыта с учетом особенностей, обусловленных технологией и организацией производства и труда для конкретного работодателя.

Основными направлениями повышения эффективности деятельности гостиничной компании на основе профессиональных стандартов должны стать:

1. Разработка единых профессиональных стандартов, описание трудовых функций и критериев эффективности, которые будут способствовать взаимопониманию между сотрудниками различных подразделений и разного уровня в гостиничной организации.

2. Определение и согласованность показателей оценки работника, то есть «ценные профессиональные качества работника» и определение показателей, которые необходимо разработать.

3. Рассмотрение сильных и слабых сторон каждого сотрудника и использование такой информации для планирования оплаты труда, развития карьеры и кадрового резерва.

4. Методика формирования кадрового резерва организации и планирования карьеры.

5. Подготовка стандартов качества выполняемых работ.

Для сотрудников гостиничной организации оценка на основе профессиональных стандартов позволяет обеспечить:

1. Более глубокое понимание того, чем занимается сотрудник, какие профессиональные навыки и умения ему необходимы, а также какие требования к нему предъявляются.

2. Возможность обратной связи для сотрудников об их сильных и слабых сторонах, рабочем потенциале и возможностях карьерного роста.

Выводы. Главной задачей повышения эффективности деятельности гостиничной организации является консолидация и развитие необходимых компетенций персонала с использованием основных инструментов, таких как: рациональное распределение ответственности за работу, мотивация сотрудников и создание условий для более эффективной работы, а так же планирование обучения и переподготовки кадров для профессионального развития персонала.

Подобные мероприятия направлены на совершенствование профессиональных стандартов, и являются одним из основных факторов повышения эффективности деятельности предприятия в гостиничной сфере.

РОЛЬ СТАНДАРТОВ В РАБОТЕ СЛУЖБ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ГОСТИНИЦЫ В ЦЕЛОМ

Гук О.А.¹, Чепурко И.И.²,

¹доцент кафедры факультет географии, геоэкологии и туризма, к.ф.н. ТА КФУ

²обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмента предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. В настоящее время во многих регионах страны туризм является основной отраслью дохода, и, следовательно, популярность использования гостиничных услуг в этих регионах стремительно возрастает. В крупные города приходят международные гостиничные компании, растет число маленьких частных отелей, также реконструируются старые советские гостиницы, стали предъявляться более жесткие требования к персоналу, обслуживание стало стремиться к европейским стандартам. Во многом это связано с подъемом экономики в нашей стране, а также повышением уровня благосостояния граждан. Однако, количественный рост, далеко не всегда сопровождается одновременным повышением качества обслуживания и уровня сервиса. Для оптимизации работы, повышения ее эффективности и качества в сфере туризма, применяются нормы Федерального закона от 29.06.2015 №162-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О стандартизации в Российской Федерации». Индустрия гостеприимства динамично развивается и включает в себя не только предоставление проживания гостям, но и различные услуги как для комфортного отдыха, так и для проведения деловых встреч, в результате этого, гостиницы становятся так называемыми социальными центрами.

Целью работы является исследование и анализ проблем внедрения и обучения стандартам различные службы гостиничных предприятий

Достижение поставленной цели предполагает решение ряда задач:

- рассмотреть основную законодательную базу, регламентирующую деятельность гостиничных предприятий;
- определить значение стандартов для индустрии гостеприимства;
- описать возможности обучения стандартам;

Методика исследования. При написании работы были использованы методы описание, анализ и синтез.

Результаты исследования. Целью большинства профессионалов, работающих в индустрии гостеприимства, является предоставление превосходного сервиса. И если на предприятии все регламентировано, то, соответственно повышается качество услуг и слаженность работы самой гостиницы. Практика показывает, что благодаря стандартам у гостя появляется представление об уровне и качестве обслуживания в отеле, предоставляемых услугах. И в этом случае, чаще всего туристы выбирают сетевые отели, так как, в какой бы стране они не находились, ожидают получить такой же сервис и уровень обслуживания.

Стандарт представляет собой документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ и оказания услуг. Стандарты обслуживания могут быть разными, и все это зависит от самой гостиницы. В свою очередь, требования к персоналу, их квалификации и внешнему виду, порядок обслуживания гостей должны быть обязательно прописаны в стандарте организации.

Стандарт организации - это документ по стандартизации, утвержденный юридическим лицом, в том числе государственной корпорацией, саморегулируемой организацией, а также индивидуальным предпринимателем для совершенствования продукции, выполнения работ, оказания услуг. Внутрифирменный стандарт – это документированное соглашение, содержащее технические условия, технологии, правила поведения или другие точные критерии, которые используются для гарантии того, что продукты, процессы и услуги соответствуют заявленному качеству. Другими словами, стандарт гостиничной организации описывает взаимодействие между гостем и персоналом, во многом помогая разбираться в различных ситуациях в процессе оказания услуг. Однако стандарты организации не должны противоречить основным нормативным документам по стандартизации в РФ.

Одной из проблем, современной гостиничной индустрии, можно назвать недостаточный уровень квалификации персонала. Эффективность работы любого гостиничного предприятия во многом зависит от профессиональной подготовки сотрудников, их умений и способностей. Для обучения персонала отеля, для каждой его службы, разрабатываются профессиональные стандарты, охватывающие все виды деятельности. Для поддержания высокого уровня обслуживания, ведущие гостиничные корпорации применяют различные обучающие программы, тем самым, повышая качество предоставления услуг до международных стандартов, и подчеркивая их важность. Многие руководители известных гостиничных цепочек, делают акцент на развитии коммуникабельности своих сотрудников и социализацию личности. Самой главной особенностью обучения персонала является поддержание их заинтересованности в обучении, самосовершенствовании и работе. Возможность развиваться, пробовать свои силы на разных должностях, двигаться вверх по карьерной лестнице, будет сказываться как на эффективности труда, так и на заинтересованность самого сотрудника.

В то же время, одним из ключевых условий хорошего сервиса является правильная и эффективная организационная структура. Дерево структуры является совместной деятельностью нескольких организационных структур или служб.

В связи с тем, что гость, посетивший гостиницу, сталкивается впервые именно со службой бронирования и службой приема и размещения, где сотрудники должны строго следовать предусмотренным стандартам. Среди них выделяют: расположение службы в близости от входа в гостиницу, опрятный внешний вид и грамотную речь сотрудников, и владение всей информацией об отеле. Сотрудники, осуществляющие бронирование, должны знать все расценки, возможные бонусы и проводимые в гостинице мероприятия. Так же, немаловажную роль на гостиничном предприятии играет служба безопасности, которая должна обеспечивать охрану и безопасность гостей, а также эффективное реагирование в случае чрезвычайных происшествий. Что касается службы питания, функция этой службы заключается в следовании стандартам приготовления пищи, решение вопросов по организации и обслуживанию гостей.

На различных гостиничных предприятиях, в зависимости от его размера и типа, количество служб может как увеличиваться, так и уменьшаться, так же могут меняться и их функции. При этом для каждой службы необходимо обеспечить своевременное и эффективное распоряжение всех функций. Во многом все это дает нам стандартизация деятельности служб гостиницы. Она так же позволяет выделить ряд принципов, влияющих на повышение эффективности и качества управления предприятием. Среди них можно выделить следующие:

1. Четкое понимание сотрудниками сферы своей деятельности.
2. Грамотное распределение всех функций управления, приводящее к более эффективному функционированию организации, улучшающее качество обслуживания гостей, а также дисциплину на предприятии.
3. Оценку качества работы всего коллектива.
4. Уменьшение или устранение многочисленных ошибок, допускаемых персоналом в общении с гостями или обслуживании.

Выводы. Проанализировав основные цели создания стандартов, можно подчеркнуть важные критерии, которым должен соответствовать любой стандарт предприятия. Во-первых, это конкретность. Стандарт должен содержать в себе только четкие формулировки. Во-вторых, это измеримость и реальность исполнения. Любое время или единицы измерения должны быть четко зафиксированы, а стандарты не должны содержать взаимоисключающих или противоречащих друг другу требований.

ПРИМЕНЕНИЕ СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГА В ИСПОЛЬЗОВАНИИ СТАНДАРТА ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Гук О.А.¹, Асанова М.Р.²,

¹доцент кафедры факультет географии, геоэкологии и туризма, к.ф.н. ТА КФУ

²обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмента
предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Гостиничная индустрия развивается быстрыми темпами, и на сегодняшний день каждая гостиница стремится привлечь гостя самыми разнообразными способами. Из-за того, что конкуренция гостиниц значительно увеличивается, сотрудники должны обращать внимание даже на самые, казалось бы, незначительные мелочи, чтобы улучшить качество предоставляемых услуг и оставить гостю хорошее впечатление о гостинице. И одним из таких способов, а наш взгляд, является возможность благоприятно влиять органы чувств человека. Не всегда путешествия или покупки совершаются запланировано и обдуманно. Многие, совершают такие действия основываясь исключительно на эмоциях. Такой сенсорный маркетинг используют самые крупные компании, чтобы показать

исключительность своего продукта, а также его узнаваемость. Например, компания известного бренда Кока-Колы ассоциируется у всех с веселой новогодней музыкой и дедом Морозом. Таким образом, компания влияет на чувства и эмоции человека.

Гостиничный бизнес работает и развивается именно благодаря стандартам обслуживания, которые позволяют не только упорядочить систему управления, но и построить имидж гостиницы. Можно сказать, что вся гостиничная индустрия считает важным удовлетворение потребностей гостей. Однако, чтобы добиться хорошего результата в этом, необходимо фокусироваться на создании эмоциональной связи между отелем и потенциальным гостем. Сенсорный маркетинг управляет человеческими чувствами восприятия. А у человека органы чувства развиты достаточно хорошо, чтобы реагировать на небольшие мелочи, таким образом, воздействуя на покупательское поведение.

Целью данной работы является изучение применения способов и методов для усиления пяти главных органов чувств человека и использовании их, как стандарта обслуживания в гостиничном бизнесе. Используя такие органы чувства как зрение, слух, осязание, обоняние и вкус на основании проведенных исследований создать определённые предпочтения и реакции людей на ту или иную услугу, продукт и т.д.

Задачи исследования:

1. Изучить зрение как основного органа чувства, которым мы воспринимаем объект.
2. Изучить обоняние, чтобы уметь влиять на эмоциональное отношение клиента к фирме.
3. Изучить слух, чтобы уметь оставить запоминающуюся мелодию.
4. Изучить осязание, чтобы привить гостю чувство роскоши и комфорта.
5. Изучить вкус, чтобы удивить гостя блюдами отеля.
6. Предложить рекомендации по улучшению стандартов обслуживания, связанные с органами чувств.

Методика исследований. В работе использовались социологические методы, анализ, синтез, цветовые гаммы, ароматы, звуки, текстуры и блюда для проведения экспериментов, опросов.

Результаты исследований. Современный и эстетичный дизайн веб-сайта, брошюр или же других медиа-материалов отеля со своим исключительным стилем, напрямую влияет на положительное зрительно восприятие данного здания. Глаза человека замечают намного больше, чем мы думаем. Многим может не понравиться шрифт или же цветовая гамма отеля. Кроме того, одна фотография отеля не может сразу же привлечь посетителей, необходимо также использовать слова, которые способны передать ту гамму эмоций, которую изображает фотография. Например, «Вы будете жить возле прохладного моря и обязательно насладитесь освежающим воздухом». Такие элементы комбинируются, чтобы создать визуальный образ у человека. Каждый отель может использовать свой универсальный запах для создания соответствующей и узнаваемой атмосферы. Например, гости могут насладиться благоуханием душистых трав и листьев, древесины, ароматных яблок, а также смеси белого чая и цитрусовых и т.д.

Запоминающиеся музыкальные композиции могут оставаться в головах людей на долгие годы. Рекламная музыка рассчитана на то, чтобы зацепить слушателя и повлиять на его решение. Однако скучное повторение одних и тех же мелодий могут раздражать посетителей, поэтому необходимо учитывать данный фактор. В гостиницах лучше использовать спокойную и тихую музыку. Если же данная гостиница обладает каким-либо неформальным стилем, то можно при заполнении анкеты попросить гостя указать его любимые музыкальные предпочтения и ставить такую музыку, когда гость заходит в отель. Также, для ресторана в данном отеле может быть использована инструментальная музыка (фортепиано, скрипка), так как она возбуждает аппетит. Чтобы привлечь женщин, в гостиницах, где есть магазины женской одежды, должны звучать итальянские, французские, испанские, лирические мелодии и саундтреки известных романтических фильмов.

Каждая гостиница может воздействовать на тактильные чувства, чтобы человек мог ощутить чувство комфорта, а также почувствовать себя не как дома, а как на отдыхе в

путешествии, то есть того, что нельзя ощутить дома. Например, обязательно в холле должен стоять мягкий диван или кресло, чтобы зацепить гостя до того, как он поселится в отель. Это сразу же привлечет внимание гостя, и он не захочет больше уходить. Также, важным является комфортабельные постельные принадлежности, уютная кухня в определенном стиле, халаты, коврики и т.д.

Последним, но не менее важным органом чувства является вкус, так как именно ассортимент блюд определяет популярность и посещаемость гостиницы. Кроме того, любой гость будет рад сюрпризу в виде корзины с подарками или комплиментами, (это могут быть фрукты, напитки, закуски или же то, что можно взять домой и угостить своих родных) при заезде. Это безусловно оставит хорошее впечатление о гостинице, и клиент ещё не раз захочет вернуться в это заведение.

Выводы. Можно сделать вывод, что человек реагирует на любые изменения и раздражители, что может влиять на его решение. И конечно же, у каждого человека свои предпочтения. Однако нужно учитывать общие психологические особенности людей, чтобы создать нужную атмосферу. Использование сенсорного маркетинга как стандарта обслуживания поможет увеличить качество обслуживания персоналом и индивидуализировать подход к каждому посетителю. Также, каждая гостиница будет иметь свой определенный образ, который запомнится посетителем на долгие годы. Результаты настоящего исследования могут быть применены не только в учебном процессе, но и могут служить основой для создания стандартов обслуживания, связанных с пятью органами чувств.

РОЛЬ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

¹ Юкаш В.Д., ² Гукасян Д.Э., ³ Гук О.А

*¹ обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмент
предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма
ТА КФУ*

*² обучающийся второго курса бакалавриата кафедры менеджмент
предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма
ТА КФУ*

*³ научный руководитель, к.ф.н. доцент кафедры менеджмент
предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма
ТА КФУ.*

Введение. В современных условиях управление качеством во многом базируется на стандартизации. Стандартизация является нормативным способом управления. Она воздействует на объект путем установления норм и правил, которые оформлены в виде нормативных документов, имеющих юридическую силу.

Цель исследования состоит в изучении процессов стандартизации в сфере гостеприимства и выявлении роли стандартизации в повышении качества гостиничного обслуживания.

Методика исследования. При проведении исследования, были использован анализ, сравнительный и структурно-функциональный методы.

Результаты исследования. Быстрорастущий гостиничный бизнес, становится все более конкурентным, это связано с тем, что на рынке постоянно появляются новые предложения, которые, в свою очередь, создают препятствия для гостиниц, которые уже давно вышли на этот рынок. В гостинице, важным составляющим в организации обслуживания является удовлетворение потребностей гостя. Поэтому, многие предприятия

гостиничной индустрии разрабатывают систему стандартов обслуживания, и стандарты работы всех составных частей процесса удовлетворения потребностей гостя.

Стандарт- это документ, который включает в себя нормы, правила, требования, которые следует соблюдать для предоставления качественной и безопасной услуги в той или иной сфере деятельности.

Стандартизация- это деятельность, предусматривающая установление норм, правил и требований для обеспечения безопасности работы и жизни персонала, безопасности окружающей среды и населения (потребителей), а также качественного предоставления услуг, продуктов надлежащего качества, соответствие информации и действительности.

Потребность гостя является краеугольным камнем любого стандарта обслуживания, так как высокое качество обслуживания в гостинице, слаженная работа всех элементов предоставления гостиничной услуги ведет к высочайшему удовлетворению ожиданий и потребностей потребителей, и затем к успеху предприятия.

В производстве и потреблении гостиничных услуг вопросы качества играют очень важную роль, для достижения которой, необходимо предоставлять качественное обслуживание гостям. Если взглянуть на мировую историю развития различных гостиничных предприятий и цепей, то можно заметить, что прибыль – это, в первую очередь, результат качества.

Применение стандартов обслуживания и сертификации услуг в индустрии гостеприимства определяет способы и критерии оценки качества деятельности гостиниц и дает возможность создать у гостей уверенность в том, что все услуги предоставляются им в рамках четко определенных норм и правил. Когда гость проводит оценку качества гостиничных услуг он сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Следовательно, качество - это, в первую очередь, чувство удовлетворения гостя от обслуживания, а качественная услуга - это услуга, отвечающая потребностям гостя. Уровень качества, в свою очередь, зависит от степени совпадения представлений человека о реальном и желаемом обслуживании в гостинице или ресторане.

В гостинице гостю, прежде всего, продается впечатление – оно является первой стадией взаимодействия гостя и всей системы отеля. Именно поэтому очень важно чтобы гость чувствовал себя уютно и в дальнейшем у него сложилось благоприятное впечатление о месте его прибывания.

Многолетний опыт крупных гостиничных сетей, позволяет вычислить своеобразную «формулу успеха», которая, не теряет свою актуальность и в настоящее время. Стандарты гостиничных сетей рассматривают любые аспекты, возникающие в процессе взаимодействия гостя и работника гостиницы. Они помогают найти выход из любой ситуации, возникающей в процессе обслуживания гостя.

Для поддержания постоянного высокого уровня качества услуг способствуют обучающие программы, которые применяются в крупных гостиничных цепочках по всему миру. Эти программы нужны для того, чтобы подчеркнуть значимость корпоративных стандартов и их прямую взаимосвязь с ростом удовлетворенности гостей. Стандарты многих известных гостиничных цепочек определяют, что персонал должен быть: коммуникабельным, терпеливым, доброжелательным, вежливым, стресс устойчивым, обладать приятной внешностью, уметь работать в коллективе. Стандарты обслуживания могут быть самыми разными, все зависит от того какой гостиница позиционирует себя и какова ее целевая аудитория.

При обслуживании гостей можно выделить 3 основных вида стандарта:

1. Порядок приема, регистрации и размещения гостей;
2. Квалификационные требования к персоналу гостиницы;
3. Основные требования к внешнему виду персонала.

Основными целями стандартизации в сфере гостиничного обслуживания являются обеспечение установленного и обещаемого уровня качества и безопасности потребления гостиничного продукта, а также защита интересов потребителей. Также стандарт является

важным составляющим, который позволяет многим отелям достойно конкурировать в своем ценовом сегменте.

Стандарты качества обслуживания- стандарты, которые необходимо разрабатывать и придерживаться для качественного обслуживания и для достижения конкурентоспособности в сфере обслуживания. Стандартами обслуживания являются ежедневные процедуры, которые выполняет персонал для того, чтобы добиться максимального удовлетворения гостей. Для успеха гостиницы, требуется разрабатывать стандарты обслуживания для каждого предприятия в отдельности, учитывая международные и национальные требования. Необходимо чтобы стандарты были гибкими, отвечающими пожеланиям гостей, а также соответствовать предприятию.

Для упорядочивания деятельности в гостиницах разрабатываются стандарты организации, которые создаются и утверждаются в самой гостинице. Чтобы гостиница постоянно развивалась, очень важным является не только разработка этих стандартов, но и строгое их соблюдение, а также контроль исполнения. Показатели, устанавливаемые стандартами, должны обеспечивать высокое качество гостиничных услуг и учитывать передовой отечественный и зарубежный опыт.

Выводы. Все современные гостиницы стремятся расширить спектр предоставляемых услуг. Следовательно, для того, чтобы проконтролировать качество этих услуг, разрабатываются государственные стандарты, которые дополняются стандартами, созданными для определенных отелей. Если рационально и правильно применять стандарты, то это повлияет на качество услуг и повысит уровень конкурентоспособности гостиницы. Основным звеном, отвечающим за выполнение стандартов, является персонал, который должен понимать свои рабочие компетенции, а также стремиться постоянно повышать свои квалификационные характеристики. Применение стандартов позволит добиться постоянного уровня качества предоставления услуг.

КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

¹ Деньга В.И., ² Гук О.А.

*¹ обучающаяся третьего курса бакалавриата кафедры менеджмента предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма
ТА КФУ*

² научный руководитель, к.ф.н. доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ.

Введение. В условиях рыночной экономики и ужесточенной конкуренции, каждая гостиница задумывается о том, как повысить свой уровень, предоставляемых услуг и улучшить качество обслуживания. Только так, гостиница может рассчитывать на присвоение ей более высокой категории, пройдя международную классификацию, либо по итогам сертификации.

Целью данной работы является изучение процедуры классификации гостиничных предприятий, также применение нормативно-правовых актов, на основании которых она проводится.

Методы исследования. Анализ процедуры классификации, основных этапов, структурно- функциональный и системный подход к изучению классификации гостиниц.

Результаты исследования. Основным документом, на основании которого осуществляется классификация гостиниц в настоящее время, является постановление правительства Российской Федерации от 16 февраля 2019г №158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц». Согласно закону «Об основах туристской деятельности», классификацию и присвоение категории должны пройти все гостиницы на

территории России. Положение о классификации гостиниц вступило в силу с 1 июля 2019 года.

Перед тем, как предоставлять услуги размещения, гостиница должна пройти классификацию на звездность и получить Свидетельство о присвоении ей категории, которое действует в течение 3 лет. Присвоение категории гостиниц зависит от различных факторов, таких как количество номеров, их оснащенность, площадь, местоположение и др. По итогам обследования, гостиницам присваиваются категории, которые обозначаются звездами, где 5 звезд – высшая категория, и низшая – категория без звезд.

Кроме того, при классификации номеров гостиницы, устанавливается их категория: высшая, первая, вторая и третья. Высшая категория номеров делится на следующие виды:

- сюит;
- апартамент;
- студия;
- люкс.

Для прохождения процедуры классификации, необходимо предоставить пакет документов, заполнить заявку, анкету-вопросник. В соответствии с этими документами организация, которая проводит экспертизу, определяет порядок прохождения процедуры. Экспертная оценка включает в себя оценку гостиниц, номерного фонда и персонала.

Процедура прохождения классификации гостиниц проводится в три этапа:

- на первом этапе проводится экспертная оценка соответствия средства размещения определенной категории. Этот этап проводится следующим образом: гостиница подает заявку, заполненную по определенной форме. По результатам экспертной оценки составляются протокол обследования акт оценки соответствия гостиницы, требованиям Порядка классификации.

- на втором этапе происходит аттестация средства размещения. По результатам работы первого этапа, орган по классификации направляет один экземпляр акта в Совет Минкультуры России, для решения о присвоении определенной категории гостинице. В случае положительного ответа, Совет, подписывает свидетельство с приложениями и направляет в Центральный орган сертификации (ЦОС) для регистрации в перечне классифицированных объектов. Одновременно, заявителю должны выслать уведомление о присвоении категории не позднее месяца со дня принятия решения.

В случае отрицательного ответа в выдаче Свидетельства, заявителю отправляется отчет с указанием причин отказа в срок не позднее месяца со дня принятия решения Аттестационной комиссией.

- третий этап представляет собой инспекционный контроль средств размещения, который предполагает периодическую проверку гостиниц, прошедших процедуру классификации.

Получив Свидетельство с присвоением определенной категории, необходимо помнить о том, что в течение всего срока действия, в гостинице будет осуществляться инспекционный контроль. Время, когда будут проводиться такие проверки устанавливается Аттестационной комиссией при принятии решения о выдаче свидетельства. Если в ходе этой проверки будут выявлены нарушения в работе гостиницы, в оказании услуг и так далее, комиссия может принять решение о приостановлении или прекращении действия Свидетельства.

Заключение. Процедура классификации гостиничных предприятий довольно трудоемкий и небыстрый процесс, который включает в себя несколько основных этапов, и в результате которых, принимается решение о присвоении или отказе о выдаче Свидетельства классификации. Требования, предъявляемые к гостиницам по оснащению номерного фонда и критерии балльной оценки, прописаны в Приказе Министерства Культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 г. №1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи», требования к персоналу в ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». Стоит отметить, что классификация бесплатная

процедура, и по окончании срока действия Свидетельства, повторная классификация проводится в аналогичном порядке.

Результаты настоящего исследования быть применены не только в учебном процессе, но и могут быть использованы в практике работы по подготовке к прохождению классификации гостиницы.

РОЛЬ И МЕСТО СТАНДАРТИЗАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Видоменко В.Г.

*обучающаяся третьего курса бакалавриата кафедры менеджмента предпринимательской
деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма
ТА КФУ*

*²научный руководитель, к.ф.н. доцент кафедры менеджмента предпринимательской
деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ.*

Введение. В настоящее время сфера гостиничного бизнеса пребывает на инновационной степени развития. Потребители достаточно подробно осведомлены о своих правах и ожидают от гостиниц приемлемого уровня предоставления услуг. Число предоставляемых услуг постепенно увеличивается и дополняется, для реализации контроля их предоставления создаются нормативные документы.

Стандартизация, в соответствии с Федеральным законом "О техническом регулировании" от 27.12.2002(с изменениями на 29.07.2017) N 184-ФЗ- это деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многоразового использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности продукции, работ или услуг. Исходя из данного определения, стандартизация регулирует различные виды деятельности в целях достижения в них упорядоченности. Не является исключением и сфера гостеприимства.

Гостиничная индустрия представляет собой экономический вид деятельности по предоставлению услуг и организации краткосрочного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, следовательно, она напрямую связана с взаимодействием с людьми, которые в данной сфере именуются как гости.

Целью данной работы является выявление места и роли стандартизации в сфере гостеприимства, определение основных задач стандартизации в данной отрасли.

Методы исследований. В данной работе были использованы такие методы исследования как анализ литературных и Интернет источников, оценка нормативных стандартов, относящихся к сфере гостеприимства, изучение потребительского спроса на рынке гостиничных услуг.

Результаты исследований. Создание стандартов для сферы гостиничного бизнеса является фундаментальной составляющей развития любой сервисной организации, так как обслуживание всегда строится на каких-либо правилах и нормах, а стандарт позволяет их сформулировать и закрепить.

Несмотря на то, что в настоящее время поиски потребителя ориентированы на индивидуальные предложения и характеристики услуг, главной его целью остается удовлетворение потребности в надежности, безопасности, высокой скорости обслуживания, грамотном консультировании. На достижение такого результата комфортности потребителя как раз и направлена разработка специальных стандартов.

Стандартизация все формы упорядочения и единообразия результата услуги, а также

процессов и элементов процессов ее предоставления. Формально она означает многократное воспроизводство одного и того же решения. Это имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

К положительным аспектам стандартизации относятся:

1) Обеспечение рационального использования ресурсов, для увеличения производительности труда обслуживающего персонала, что также помогает существенно сократить все затраты на производство и реализацию услуг.

2) Снижение уровня неопределённости как у потребителя, так и у исполнителя. Стандартизированная услуга сокращает неопределённость потребителя в отношении возможных результатов процесса обслуживания, а также самой услуги, снижает риск для потребителя, позволяя ему довольно точно прогнозировать параметры услуги. Для исполнителя также снижается неопределённость в отношении тех действий, которые ему необходимо предпринять для обслуживания клиента. Уменьшается риск исполнителя принять неправильное решение, совершить ошибку.

3) Взаимопонимание за счет чёткого осознания своей роли. Это облегчает взаимодействие исполнителя как с потребителями, а также с другими исполнителями, другими подразделениями сервисного предприятия.

4) Создание преемственности — стандартизация обеспечивает преемственность в выполнении задач, передачу и закрепление накопленного опыта, соблюдение традиций компании. При этом, если стандарты четко зафиксированы в печатном или электронном виде, пропадает необходимость устной передачи содержания стандартов новым сотрудникам.

5) Сплоченность коллектива (при условии, что стандарты открыто разделяются большинством сотрудников сервисного предприятия). Стандарты помогают предприятию позиционировать себя на рынке, создать свой имидж, репутацию, свое лицо, особую атмосферу, специфику, уникальность.

Отрицательные аспекты стандартизации:

1) Сложно учитывать все личные потребности конкретных потребителей. Стратегия стандартизации ориентируется на усредненные потребности групп потребителей. От того, насколько эти условные требования совпадают с требованиями реальных потребителей, зависит уровень опасности потери потребителей.

2) Потеря гибкости в деятельности сервисного предприятия — стандартизация часто использует однажды найденное удачное решение. Это решение может перестать удовлетворять критерии оптимальности, которые теряют соответствие реальным запросам клиентов.

3) Низкий уровень мотивации сотрудников — выполнение повторяющихся действий может привести к потере мотивации сотрудников, как следствие, потенциал многих из них может остаться не раскрытым.

Одной из основных целей, связывающих стандартизацию и сферу гостиничного бизнеса, является безопасность и комфорт потребителей услуги. Именно в осуществлении задач, связанных с этой целью в первую очередь вступают в действие стандарты оказания услуг. В настоящее время, они определяют почти каждый аспект деятельности на предприятиях гостиничного сектора.

Обязательным условием является выполнение всех требований, указанных в стандартах, за этими процессами следит непосредственно государство. В случае несоблюдения, таким средствам размещения или другим объектам гостиничной индустрии назначаются штрафы или применяются иные регуляторы деятельности, в зависимости от конкретного нарушения стандартов.

Заключение. Стандартизация охватывает большой перечень аспектов, без которых невозможно рационально, правильно и безопасно организовать предоставление услуг гостиничного сервиса и питания. Знание стандартов и следование указанным в них предписаниям позволяет удовлетворять различные потребности гостей, обеспечивая их комфорт и безопасность.

Также это позволяет гостям быть уверенными в качестве предоставляемой услуги, за которую они непосредственно отдают свои деньги.

Стандартизация на государственном уровне регулирует гостиничную деятельность, предотвращая различные нарушения.

Именно благодаря этим стандартам индустрия гостеприимства и общественного питания поддерживается и развивается на экономическом рынке страны.

РОЛЬ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Котлярович А.П., ¹ Гук О.А.²

*¹обучающаяся третьего курса бакалавриата кафедры менеджмент
предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ*

*²к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности
факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ*

Введение. Качество обслуживания достигает своего наивысшего уровня, если совпадают ожидания всех сторон, причастных к процессу обслуживания, а также, если персонал обеспечивает исполнение и безупречную повторяемость (однородность) оказываемых услуг в полном соответствии с совпавшими ожиданиями. Однородность предоставленных услуг обеспечивается благодаря тому, что отельеры следуют стандартам, международным, национальным и отраслевым. Каждый из стандартов, направлен на систематизацию и упорядочение деятельности в предприятии.

Целью работы является изучение роли стандартизации в повышении качества обслуживания в области индустрии гостеприимства.

Задачи исследования:

- выявить важность стандартизации в сфере гостеприимства;
- рассмотреть нормативно-правовые акты, касающиеся качества обслуживания в объектах индустрии гостеприимства;
- определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на качество обслуживания в средствах размещения.

Методы исследований. В ходе исследования были использованы диалектический метод, анализ, системный подход.

Результаты исследований. В индустрии гостеприимства действует, так называемый, «Золотой закон», который гласит: гостей надо обслужить, так как бы вы хотели, чтобы обслужили вас. Качество играет важнейшую роль в сфере гостиничного обслуживания. Результатом качества являются непосредственно прибыль предприятия, определенный имидж и доверие гостей – задачи, к выполнению которых стремятся отельеры. Создание и поддержание необходимого качества услуг требуют систематического подхода в управлении и контроля со стороны руководителей гостиничного бизнеса. Термин «качество» можно объяснить как комплекс свойств, признаков и характерных особенностей услуги, удовлетворяющей желания клиентов.

Качество услуг, предоставляемых в гостиничном предприятии, определяются такими критериями, как надежность, стабильность предоставления услуги, компетентность и отзывчивость персонала, доступность и безопасность услуг.

Для выявления связи между качеством обслуживания и процессом стандартизации, необходимо выяснить какие моменты в деятельности отеля составляют качество

обслуживания и какие при этом стандарты применяются. Следует обратить внимание на факторы, влияющие на уровень оказания качественных услуг и соответствующие стандарты:

- состояние материально-технической базы: удобная и правильная планировка, оснащение общественных и жилых номеров комфортабельной современной мебелью и оборудованием, высокопроизводительное кухонное оборудование, полные комплекты высококачественного белья (ГОСТ 31937-2011 Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния, ГОСТ 30494-2011 Здания жилые и общественные. Параметры микроклимата в помещениях);

- современные способы и технологии обслуживания, под которыми понимаются определенные методы уборки общественных помещений и жилых номеров; регистрация и расчет с клиентами; рецептура приготовления блюд и напитков в предприятиях общественного питания; формы обслуживания в торговых залах (ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования; ГОСТ 30390-2013 Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия; ГОСТ 30524-2013 Услуги общественного питания. Требования к персоналу);

- профессионализм и компетентность обслуживающего персонала, его способность четко и быстро обслуживать клиента согласно нормам этики и этикета (ГОСТ Р 54603-2011. Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу);

- система качества предприятия (ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения; ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг).

Разработка стандартов является основополагающим элементом формирования и совершенствования любой организации сферы обслуживания, так как обслуживание всегда строится на правилах и нормах, а стандарт дает возможность их сформулировать и закрепить. Известно, что в сфере гостеприимства чаще всего происходит взаимодействие в рамках системы «человек – человек», это только подтверждает актуальность и необходимость стандартизации.

Стандарт позволяет обеспечить контроль системы качества, постоянство предоставляемых услуг, единую базу для оценки услуг гостиницей и потребителем и непрерывный процесс профессиональной подготовки персонала. Стандартизация в гостиничной индустрии подразумевает и нацелена на определенную гарантию качества продукта и услуги, выведение единых критериев предоставления гостиничных услуг.

Вывод. Гостиничная индустрия имеет определенную направленность, и цель – расширение спектра услуг в гостинице и оказание высококачественного обслуживания. С целью контроля качества предоставляемых услуг, создаются государственные стандарты. Институциональная составляющая национальных стандартов, направлена на обеспечение всех необходимых условий для оказания качественных и безопасных для туриста услуг.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ: СТАНДАРТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

¹Онищенко Д.М., ²Гук О.А.

¹обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Стандартизация занимает важное место в деятельности любой организации, в том числе компаний гостиничного бизнеса. На сегодняшний день применение стандартов на разных уровнях позволяет постоянно повышать качество гостиничных услуг.

Актуальность данного исследования определяется необходимостью поиска лучших управленческих решений, повышения качества управления в гостиничной сфере. Важным инструментом государственной защиты прав и интересов потребителей является стандартизация гостиничных услуг.

Целью исследования является изучение стандартизации и ее влияние на качество услуг в гостиничной индустрии.

Методы исследования. В ходе работы использованы такие приемы исследования как наблюдение и сравнение, а также методы индукции и дедукции.

Результаты исследования. Ряд ученых, таких как Терехов А.М., Лифшиц И.М., рассматривали проблему стандартизации систем качества в сфере услуг, как стимулирующую четкой организации предприятия. Кроме того, стандартизация способствует повышению качества услуг в организациях гостиничного сектора и улучшению форм их исполнения.

Стандартизация служит для достижения оптимальной степени упорядоченности конкретной области путем использования установленных норм, правил и положений для решения существующих проблем, которые актуальны в современных условиях.

В настоящее время, рост деятельности предприятий гостиничной сферы как в мире, так и в России, не прекращался, что провоцирует рост уровня конкуренции между компаниями. Требования к качеству обслуживания в гостиницах практически универсальны. Однако далеко не все отели способны удовлетворить потребности гостей. При повторном выборе места проживания гости, в первую очередь, обращают внимание на соблюдение стандартов гостиничного обслуживания, затем на отношение персонала и дизайн интерьера места отдыха. Таким образом, качество обслуживания является важным элементом гостиничного бизнеса.

Стандартизацией является процесс установления норм, правил и характеристик. Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, которые делают каждую услугу совместимой с ее назначением в соответствии с формализованными критериями надежности и безопасности. Таким образом, он контролирует качество услуги. Стандарт в качестве нормативного документа в широком смысле – это документ, который включает в себя правила, общие принципы, характеристики, относящиеся к определенным видам деятельности, включая гостиничный бизнес, и доступен для широкого круга потребителей. Стандарт является одним из эффективных инструментов регулирования рынка гостиничных услуг.

Стандарты качества обслуживания – это те стандарты, которые необходимо соблюдать для обеспечения качества обслуживания и достижения конкурентоспособности в сфере услуг. Для успешной деятельности компании гостиничной индустрии необходимо разработать стандарты обслуживания для каждой фирмы индивидуально с учетом международных и национальных требований. Стандарты должны иметь возможность изменяться в зависимости от пожеланий клиентов, особенно постоянных, а также соответствовать деятельности организации.

Основными стандартами в сфере гостиничного бизнеса можно назвать следующие компоненты:

- бронирование номеров;
- наличие бесплатной парковки;
- внешний вид лобби и ресепшн;
- сопровождение клиента в номер;
- оборудование и чистота номеров;
- наличие и качество услуг горничной;
- обслуживание в ресторане;
- внешний вид сотрудников;
- телефонный этикет;
- методы обеспечения безопасности и действия в чрезвычайных ситуациях.

Обычно количество внутренних стандартов гостиницы составляет 250-400 единиц, примерно 50% из них регулируются правилами персонального обслуживания клиентов, а 50% – внешними и операционными аспектами.

Существует несколько уровней стандартов, которые вместе позволяют достичь постоянного качества гостиничных услуг:

мировые стандарты качества;

национальные стандарты, регулирующие деятельность отелей;

внутренние стандарты отраслей и предприятий.

В частности, можно отметить наличие документов, регулирующих деятельность гостиниц в Российской Федерации: Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» и другие.

Кроме того, внутренние стандарты самой организации определяют правила и регламент поведения персонала гостиницы, выполнение должностных обязанностей работников. Гостиничный бизнес продает, в первую очередь, комфорт своим покупателям, как физический, так и психологический. Для создания и поддержания комфортной атмосферы в отеле, персоналу необходимо соблюдать ряд правил, которые разрабатываются самой организацией с учетом требований выше указанных документов. К числу этих правил могут относиться следующие положения:

вежливость, дружелюбие, энтузиазм при взаимодействии с коллегами и работе с гостями, владение иностранными языками;

гибкость, адаптируемость, способность работать в режиме высокой нагрузки и в стрессовых ситуациях;

соблюдение требований по униформе, а также личной гигиены;

дисциплинированность, пунктуальность;

знание работы и качественное ее выполнение, инициативность.

Поддержанию высокого уровня качества услуг способствуют обучающие программы, которые специально разрабатываются для каждого подразделения отеля.

Выводы. Призванные подчеркнуть значимость корпоративных стандартов и их прямую взаимосвязь с ростом удовлетворенности гостей, стандарты применяются в гостиничных организациях по всему миру. Такие стандарты обслуживания могут варьироваться, они зависят от концепции гостиницы, ее категории и целевой аудитории.

Таким образом, эффективная деятельность отелей обеспечивается с помощью стандартов, которые создаются и утверждаются каждой гостиницей отдельно, также с помощью национальных утвержденных стандартов. Для успешного развития отеля очень важно не только разработка этих стандартов, но и их строгое соблюдение, а также контроль исполнения. Установленные стандартами показатели должны обеспечивать высокое качество гостиничных услуг и учитывать лучший отечественный и зарубежный опыт.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Гук О.А.¹, Жиредова Р.В.²

¹ к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

² обучающийся третьего курса бакалавриата кафедры менеджмента предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Качество является неотъемлемой и важнейшей особенностью деятельности любого отеля, которая позволяет эффективно конкурировать с другими отелями и привлекать новых потребителей гостиничных услуг. Управление качеством услуг должно

осуществляться гостиничным предприятием регулярно, с использованием современных методов контроля качества, а также их улучшением. Современные гости ждут от гостиницы высоких стандартов сервиса. Все это ставит перед руководителями гостиничных предприятий, основное внимание которых было сосредоточено на операционном управлении производством, новые задачи. Ответственность за создание эффективного бизнеса лежит на поверхности и требует разработки новых подходов к развитию и техническому обслуживанию в конкурентном состоянии гостиничной инфраструктуры.

В условиях рыночной экономики средства размещения конкурируют друг с другом за инвестиционную привлекательность и с этой позиции предприятия заинтересованы в повышении рейтинга, улучшении имиджа, усилении и укреплении спроса. В этом отношении важную роль играет качество предоставляемых гостиничных услуг, которое не только привлекает туристов, но и является важным фактором повышения рейтинговых позиций для средств размещения. Гостеприимство, как отрасль, имеет большое значение для отечественной экономики, и очень важно, чтобы индустрия гостеприимства в Российской Федерации развивалась в соответствии с международными стандартами.

Целью исследования является рассмотрение управления качеством гостиничных услуг, изучение методов повышения качества предоставляемых услуг.

Методика исследования. При написании работы был использован системный и структурно-функциональный подход, методы описание, анализ.

Результаты исследования. Понятие «качество» в гостиничном бизнесе следует понимать, как правильно выявленные потребности клиентов. В первую очередь нужно обратить внимание на концепцию, в соответствии с которой определяются потребности гостей и необходимые услуги. В этом контексте качество становится конкурентным преимуществом. Качество - правильный сервис. Здесь нужен правильный баланс между двумя понятиями: полным соответствием потребностям клиентов (технический аспект), а также сервисной системой и здоровыми межличностными отношениями персонала для удобства гостей. В этом смысле качество является основой компетентности и этого постоянства. Речь идет о необходимости постоянно оказывать услуги на одном уровне. Одна из главных проблем гостиничного бизнеса - непостоянство. Если компания не оправдывает ожиданий, формируется отрицательное восприятие, поэтому следует отметить, что качеству присуща хорошая производительность. За единство этих аспектов качества в системе предоставления услуг непосредственно отвечает руководитель, менеджер по качеству.

Управление качеством представляет собой комплекс действий и мероприятий, направленных на анализ уровня качества в компании и создание возможностей для ее улучшения. В гостиничной отрасли постоянный контроль качества и попытки повысить уровень обслуживания находятся в центре внимания большинства менеджеров. Большая часть усилий персонала сосредоточена на улучшении гостиничного продукта, но такой подход слишком узок.

В процессе управления качеством используются следующие инструменты: статистический контроль качества, технологические стандарты, правила, инструкции, адресное обучение и переподготовка. Также необходимо постоянно отслеживать и анализировать ситуацию внутри отеля, внутренние конфликты (их появление, рост и снижение), текучесть кадров, количество положительных отзывов, увеличение или снижение числа постоянных клиентов, а также оценки самих гостей.

На гостиничных предприятиях качество услуг рассматривается и контролируется по следующим критериям: компетентность (персонал гостиницы обладает необходимыми навыками и достаточными знаниями для оказания услуг); надежность (услуги предоставляются аккуратно и на стабильном уровне); отзывчивость (сотрудники отзывчивы и находчивы в решении проблем и удовлетворении запросов клиентов); доступность (услуги легко получить в любом месте, в удобное время, не дожидаясь его предоставления); понимание (понимание конкретных потребностей клиентов); коммуникация (своевременное и понятное информирование клиентов); доверие (репутация отеля); безопасность

(предоставляемые услуги не несут никакой опасности или риска); вежливость (внимательность, обходительность, дружелюбие); осязаемость (привлекательность помещения и формы персонала).

Многие считают, что высокое качество сопровождается высокой стоимостью. Эта точка зрения неверна, поскольку игнорирует потенциал встречи клиента с сервисом и эффект первого впечатления. Демонстрация важности и значимости клиента при сбалансированной стоимости позволяет увеличить прибыль, предлагая отелю увеличить цену и продать больше.

Выводы. Активное и рациональное применение стандартов позволяет обеспечить качество услуг, организовать непрерывный технологический процесс и преодолеть технические барьеры на зарубежных рынках, расширить сотрудничество с иностранными партнерами, установить более высокие цены на услуги и повысить конкурентоспособность отечественных гостиничных компаний на мировом рынке.

Успех в гостинице может быть достигнут, если основная цель управления отеля – добиться максимального качества услуг, а управление гостиничной организацией трансформируется в управление качеством.

MANAGEMENT OF CONFLICT SITUATIONS IN THE HOTEL BUSINESS

¹ Юкаш В.Д., ²Карпенко А.В.

¹*обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмента предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ*

²*научный руководитель старший преподаватель кафедры иностранных языков №3
Института иностранной филологии КФУ им. В.И.Вернадского
viktoryayukash_16@mail.ru*

Introduction. At present, the hotel industry is developing at a rapid pace. It is one of the largest and most important industries in the world. Hotel with a good reputation, excellent service and a stable income, harmonious relations in the team as well as respectfulness, attention and strict implementation of customer wishes is the key to success. Therefore, for the harmonious functioning of the hotel, all aspects have to be taken into account, in particular conflict management, so as not to harm the owner of the hotel and the organization as a whole.

Aims and objectives. The aim of research is to study how to deal with conflicts, means and methods of their prevention.

Methods. The method of our research is review of information provided in literature and Internet resources.

Results. Ignoring the psychological conditions of hotel recreation creates the preconditions for the emergence of conflict situations. The quality of service is associated with the ability of the hotel staff to establish contact with the guest and ultimately form a competitive hotel product.

As a result of the study the most optimal ways of conflict resolution were identified.

The conflict is a normal manifestation of social connections and relationships between people, a way to interact with the collision of incompatible views, positions and interests, a confrontation of two or more parties interconnected but pursuing their goals. Despite the ever-growing number of studies in this area, the conflict problem remains largely unresolved.

The role of the conflict mainly depends on how effectively it is managed. In this connection, it becomes an urgent problem of hotel management, the study of ways of

behavior when occurring, means and methods of conflict prevention. The relevance of this topic lies in the fact that nowadays many managers lack an elementary level of knowledge of conflict resolution, which is the basis for ensuring the prosperity of the hotel.

The hospitality industry, and in particular the hotel service, contains a large number of potential conflict situations associated with insufficiently good service, lack of knowledge of the basic rules of communication, sometimes the poor mood of guests or staff, as well as with a different understanding of certain situations.

For effective management and resolution of conflict situations in any organization, including hospitality industry organizations, it is important to know their nature, source of occurrence, the process, as well as methods of their resolution.

Conflicts may be classified in various ways, according to their basic properties. The following levels of conflict are distinguished in the hotel organizations (Fig. 1)

CONFLICT LEVELS IN THE HOTEL ORGANIZATION	
Intrapersonal conflict (within the individual)	It may occur from non-compliance of inconsistency of production requirements and personal needs or the value of the employee, as well as in response to the work overload or underload, conflicting requirements
Interpersonal conflict (between two or more than several individuals)	It may take place due to claims for limited resources, dissimilarity of characters, incompatibility of needs, goals, views and interests
Intra-group conflict (between employees of a specific department of a hotel enterprise)	It arises as a result of a change in the balance of power in this unit (change of leadership, the emergence of an informal leader)
Organizational Conflict (The intra-conflict)	Species: horizontal (between participants of equal power or equal in hierarchical level participants); vertical (between the leader and subordinate, while the starting conditions are different for them); mixed; role conflict

Pic.1-Levels of conflicts in a hotel

One of the most important functions of a leader is conflict management. The manager simply needs to pay an increased attention to the problem of conflict management, and the range of options for his actions can be extremely wide. It all depends on the specific situation. The outcome of the conflict largely depends on how the conflict situation is managed and what ways are used to resolve it. The main task of any leader is to solve emerging problems in the early stages of the development of contradictions, to prevent negative consequences.

The following methods of conflict management are considered to be the most optimal:

1. Negotiations. The current situation is resolved through negotiations, in which all parties to the crisis are required to participate.
2. Mediation. This method of resolving confrontation is the resolution of disagreements in the team by introducing a neutral intermediary into the situation. An independent mediator is working to find a solution acceptable to all parties to the dispute. They don't have to find out who is right and who is to blame.

In some cases, it makes sense to use tactical methods of conflict management:

1. The method of hidden actions. It makes sense to use this method when an open confrontation can lead to a loss of image or if there is a lack of resource or power equality of the conflicting participants.

2. The method of "quick fix" is used if both parties wish to participate in the search for adequate options for agreements, when there is no obvious aggravation of confrontation and there is no need to carefully think through the solutions.

Conclusions. Hospitality conflicts cannot be avoided mainly due to the fact that all people are unique in their views. Each guest and each employee perceive the unfavorable situation differently. There are certain emotional experiences that can lead to inefficient work (if it is an employee) or (if it is an intra-organizational conflict), to the uncoordinated work of the employees, as well as a decreased performance of the duties due to the stress situation.

Thus, the personnel of the hotel enterprise need to possess the skills and abilities of the most effective resolution and prevention of conflict situations. But this requires training of the staff, including the conduct trainings. The result of this work is the formation of the corporate culture of the hotel enterprise, the introduction of internal standards of the enterprise, allowing them to form a stable system of cultural norms and traditions.

РОЛЬ СТАНДАРТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ ГОСТИНИЦЫ

Кашеварова А.Е., ¹ Гук О.А.²

*¹ обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмент
предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ*

*² научный руководитель: к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской
деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ*

Введение. В работе определены требования к оказанию услуг предприятиями общественного питания, требования к персоналу, а также предоставлена информация об ответственности за нарушение стандартов или несоответствие им. Показана необходимость применения стандартов в службе питания гостиницы.

Целью исследования является определение роли стандартов в организации службы питания гостиницы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать определение понятию стандартизация;
- изучить стандарты, лицензии и иные документы, регулирующие деятельность предприятий общественного питания;
- ознакомиться с административной ответственностью за несоблюдение стандартов;
- оценить влияние стандартов на работу предприятия общественного питания в целом.

При написании работы были использованы следующие методы исследования: анализ, индукция, описание.

Результаты исследования. В современной экономической ситуации, все больше стандартов внедряется в сферу гостиничного бизнеса, а также в сферу общественного питания. В данных документах представлены основные термины и определения, используемые в этой сфере, а также содержатся требования к методам и формам обслуживания, к порядку разработки блюд и изделий, требования к самим предприятиям и персоналу.

Предприятие общественного питания представляет собой объект хозяйственной деятельности, предназначенный для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и

покупных товаров, как на месте изготовления, так и вне его, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг.

Индустрия питания включает в себя множество типов предприятий, таких как: ресторан, кафе, бар, кофейня, закусочная, буфет, кафетерий, предприятие быстрого обслуживания, столовая, вагон-ресторан и другие. Определения всех типов предприятий содержатся в ГОСТ 30389-2013. В зависимости от вида предприятия питания применяются те или иные требования. К основным требованиям, которые возлагаются государством на все предприятия питания, относят наличие лицензий, сертификация продукции, соответствие санитарно-эпидемиологическим параметрам, правила оказания услуг и другие.

Стандартизация – это деятельность по установлению правил и характеристик для обеспечения безопасности продукции, услуг или работ для окружающей среды и здоровья. Стандартизация предприятий питания является своего рода оценкой предоставляемых услуг на соответствие их установленным требованиям. Следование стандартам позволяет регулировать индустрию питания и помогает повысить качество услуг, обезопасить жизнь и здоровье граждан, сделать работу персонала более слаженной и организованной, что безусловно положительно сказывается на работе всего предприятия. При желании поднять репутацию, увеличить спрос и занять лидирующую позицию среди конкурентов, а также выйти на мировой рынок владелец предприятия будет сам заинтересован в соблюдении стандартов.

В стандартах предприятия питания в определённой последовательности располагаются следующие разделы:

- наименование изделия, область применения;
- перечень сырья, применяемого для изготовления блюда (изделия): указываются все необходимые для приготовления блюда продукты
- требования к качеству сырья; В данном разделе обязательным является соответствие сырья требованиям нормативных документов
- нормы закладки сырья массой брутто и нетто, выхода полуфабриката и готового изделия;
- технологический процесс приготовления продукции и торгового обслуживания;
- требования к оформлению, подаче, реализации и хранению;
- транспортированию;
- упаковка и маркировка;
- показатели качества и безопасности; Указываются органолептические показатели изделий
- методы испытаний; способы контроля за безопасностью производимой продукции
- требования охраны окружающей среды;
- информационные данные о пищевой и энергетической ценности: содержится информация о содержании белков, жиров, углеводов и калорийности продукции.

В последнее время, мы можем наблюдать заметное увеличение количества предприятий питания. Кафе, кофейни, пекарни и прочие заведения открываются на каждом шагу, но, к сожалению, не все из них соответствуют требованиям и в результате чего привлекаются к административной ответственности, или вовсе закрываются. За нарушение санитарно-эпидемиологических требований взимается штраф в размере от 2000 до 3000руб для должностных лиц и от 20000 до 30000руб для юридических лиц.

Соответствие санитарно-эпидемиологическим требованиям является наиболее важным пунктом, так как это напрямую связано со здоровьем и жизнедеятельностью человека. Выполнение санитарных правил предотвращает распространение инфекционных и неинфекционных заболеваний, таким образом защищая потребителей продукции. Причем требования применяются не только к процессу производства и продуктам питания, условиям их хранения, но также и к самому персоналу, что имеет немаловажное значение. Обязательным пунктом является прохождение медицинского осмотра работников предприятий общественного питания, знание своих должностных инструкций.

Незнание или невыполнение стандартов может отрицательно повлиять на работу предприятий и даже представлять потенциальную угрозу человеку в виде некачественной продукции.

Выводы. Для достижения успеха в работе предприятий питания, наличие хорошей и вкусной еды, высокого уровня обслуживания и разумных цен недостаточно, так как необходимо обращать внимание, и на другие, не менее важные параметры, такие как: сроки приготовления пищи, санитарные нормы, вкусы и пожелания клиентов. Стандартизация и сертификация услуг питания помогает защитить потребителей от некачественных продуктов и осуществлять контроль безопасности продукции. Она направлена на повышение требований к качеству блюд, повышение пищевой ценности продуктов питания, более рациональное использование сырьевых ресурсов.

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

1

¹ Юкаш В.Д., 25

¹Онищенко Д.М., 21

В

Видоменко В.Г., 18

Г

Гук О.А. 1 Буркальцева, 4

Гук О.А. ¹, Асанова М.Р²., 12

Гук О.А. ¹, Мельничук В.В., 8

Гук О.А. ¹, Чепурко И.И. ², 10

Гук О.А. ¹., 23

Д

Деньга В.И., 16

К

Кашеварова А.Е., 27

Котлярович А.П., 20

П

Полищук Е.А., 3

Ю

Юкаш В.Д., 14

Юкаш В.Д., 2 Гукасян, 6