

К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ ПРОФЕССИОГРАММЫ МЕНЕДЖЕРА ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

В статье речь идет о профессионально значимых качествах, обеспечивающих будущим менеджерам гостиничного сервиса конкурентоспособность на рынке труда, которые могут быть использованы в процессе разработки профессиограммы менеджера гостиничного сервиса.

Ключевые слова: профессиограмма, квалификационные требования, профессиональные стандарты, клиентоориентированная философия обслуживания, персонализация обслуживания, толерантность, профессиональная мобильность, психологическая подвижность, коммуникабельность, правовая ориентированность, карьерная активность, вариативность, адаптивность, стрессоустойчивость, антикризисное сознание.

T.L. Timokhina

ON THE DEVELOPMENT OF HOTEL SERVICES MANAGER JOB DESCRIPTION

In this article we are talking about professionally significant qualities that ensure future managers of hotel service competitiveness of the labor market, which can be used in the development of the manager of hotel service's job description.

Keywords: job description, qualification requirements, professional standards, customer-oriented philosophy of servicing, personalization of service, tolerance, occupational mobility, psychological mobility, communication, legal orientation, career activity, variability, adaptability, stress resistance, crisis awareness.

В словаре терминов маркетинга читаем: профессиограмма (от лат. *professio* – специальность, *gramma* – запись) – система требований к знаниям, умениям, навыкам специалиста, а также к его личностным качествам.

Европейская ассоциация Евродип, объединившая 80 самых значительных школ рестораторов и отельеров Европы, определяет образ европейского менеджера как «гуманитарно-компетентного, обладающего общей и профессиональной культурой, великолепным знанием профессиональной среды, творческими способностями и командным духом, хорошо владеющего инструментами управления, с реальной мотивацией на обслуживание для удовлетворения запросов клиента».

Для улучшения процесса подготовки студентов туристского вуза в области гостиничного сервиса крайне необходимо знание того, что представляет собой менеджер в современной гостинице; какими знаниями, умениями и навыками он должен обладать; какие личностные и человеческие качества должны быть ему прису-

щи для того, чтобы не только выполнять определенные функции в гостиничном бизнесе, но и проявлять гибкость, необходимую для освоения новшеств, адекватную реакцию на непрерывные изменения в гостиничной индустрии.

Проанализировав квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии (Сектор «Гостиницы»), а также учитывая требования работодателей из отрасли к основным **знаниям**, необходимым для выполнения должностных обязанностей линейных менеджеров отеля, из множества требований следует выделить три наиболее важных для специалиста гостиничного сервиса: 1) знание технологий гостиничного сервиса; 2) владение иностранным языком, в том числе специализированной лексикой; 3) владение основными компьютерными программами.

Основные навыки и умения, необходимые для выполнения должностных обязанностей менеджера гостиничного сервиса, можно емко сформулировать следующим образом: 1) умение проектировать технологические процессы гостиничного сервиса; 2) умение осуществлять технологические процессы гостиничного сервиса; 3) умение контролировать и оценивать ре-

¹ Кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО «Российский новый университет».

зультат технологических процессов гостиничного сервиса.

Что касается *личностных качеств*, необходимых менеджеру гостиничного сервиса, то, это, прежде всего: 1) готовность к сервисной деятельности; 2) мотивация на обслуживание для удовлетворения запросов клиента; 3) способность к нестандартным решениям, коммуникабельность, умение убеждать, целеустремленность.

Одним из основных направлений стратегического развития сервиса и, в частности, гостиничного сервиса, выступает ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов, персонализация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов. В настоящее время углубляется вся философия гостиничного сервиса, которая приобретает ярко выраженную ориентированность на потребителя (клиентоориентированная философия).

Гостиница – это сложный, во многом уникальный функционирующий механизм, где к персоналу предъявляются определенные требования, включая *клиентоориентированный подход*. Производство услуги и организация работы в гостинице должны быть ориентированы на потребителя – гостей предприятия. В настоящее время от сотрудника отеля требуется понимать клиентов, видеть вещи их глазами, быть всегда готовыми помочь им. У англичан есть выражение: “Put oneself into the guest’s shoes”, что дословно переводится «надеть на себя туфли гостя», другими словами поставить себя на место гостя. Под клиентоориентированным подходом понимается, прежде всего, персонализация взаимоотношений с клиентами: каждый клиент гостиничного предприятия должен чувствовать такое отношение к себе, как будто бы он – единственный и самый важный клиент.

Необходимо помнить, что качество сервиса – это не абстрактная величина, а прежде всего показатель компетентности персонала.

Сейчас, как никогда ранее, усложняется техническая «начинка» гостиниц, успешно справляться с которой можно только при наличии персонала, обладающего необходимыми знаниями и способного постоянно их совершенствовать, чтобы не отставать от стремительного развития технического прогресса.

Обслуживание клиента сегодня требует от работника высокого профессионализма, собранности, четкости, безукоризненной вежливости и выдержки. Подготовка современного специалиста гостиничного бизнеса должна включать не только подробнейшее изучение технологии об-

служивания гостей на различных участках гостиничного предприятия или знание финансовых механизмов функционирования гостиниц. Настоящий профессионал должен иметь широкое представление об отрасли в целом, ее прошлом, настоящем и будущем, логически вытекающим из первых двух составляющих.

Сотрудник современной гостиницы должен обладать:

- профессиональной мобильностью, позволяющей знать весь процесс оказания услуги гостю, обеспечивать связи между отдельными бизнес-процессами гостиничного обслуживания;

- современными знаниями, новейшими навыками и передовым опытом, накопленными в сфере гостиничных услуг, в том числе умением работать с компьютером и специальными программами, а также с новейшими системами безопасности, техникой по уборке помещений и т.д.;

- готовностью к высоким нервным и эмоциональным нагрузкам, умением уменьшить стресс, с которыми особенно часто сталкиваются работники гостиниц.

Современный рынок труда выдвигает высокие требования к подготовке специалистов для гостиничной индустрии. Выпускник туристского вуза должен обладать широким спектром знаний и умений в различных сферах: работа на компьютере, знание иностранных языков, навыки менеджмента и экономического анализа, а также иметь специализацию в какой-либо конкретной области.

Специалисту гостиничного бизнеса необходимо обладать качествами, обеспечивающими успешность выполнения профессиональной деятельности; коммуникативными способностями; высоким уровнем развития мышления; умением налаживать взаимоотношения в коллективе; вербальными способностями (умением быстро переключаться с одного предмета на другой, умением говорить четко, ясно, выразительно); ораторскими способностями; умением принимать решения; умением слушать и способностью управлять собой.

С учетом сложных экономических реалий современным руководителям гостиничных предприятий необходимы: экономические знания, умение брать на себя ответственность, правовые знания, способность к оперативному принятию решений, умение налаживать контакт с людьми, знание принципов эффективного управления, инициатива, знание специфики производства, требовательность и умение налаживать дисциплину, знание психологии.

Помочь туристам, прибывающим в Москву, достичь приятного состояния внутренней душевной расслабленности и гармонии, в эмоционально окрашенных тонах предоставленного комфорта и уюта гостиничного номера, возможно только с помощью высокого гостиничного сервиса. Нельзя допустить, чтобы персонал гостиницы, занятый обслуживанием, всем своим поведением демонстрировал угрюмые лица и всячески избегал любых контактов с гостями. Большинство трудностей здесь при работе с гостями объясняется психологической неподготовленностью персонала к персонифицированному общению с людьми. На долю личных неприязненных взаимоотношений, складывающихся в процессе общения между гостем и персоналом гостиницы, приходится 75–90% всех возможных конфликтных ситуаций в отеле. Прямой контакт гостя и гостиничного работника служит решающим моментом для ценности, предоставляемой гостиничной услуги потребителю. Однако эта ценность очень быстро исчезает, если персонал не способен передать обслуживаемому гостю чувство удовольствия от встречи с ним и его обслуживания.

За время обучения в вузе студент повышает свой интеллектуальный уровень и развивает такие качества, как коммуникабельность, способность принимать самостоятельные нетривиальные решения, наиболее рационально распределять время. Кроме того, образование помогает приобрести большую свободу и уверенность в себе, развивает гибкость и терпимость к другим людям, уважение к культурным ценностям.

С точки зрения гуманитарной, следует разместить качества конкурентоспособного выпускника в таком порядке: мировоззренческая позиция, общая образованность, психологическая подвижность, коммуникабельность, правовая ориентированность, карьерная активность, профессиональная мобильность, вариативность, способность к творческому поиску, стремление к самообразованию, адаптивность, стрессоустойчивость, антикризисное сознание.

Такие личностные качества, как способность к обучению, целеустремленность и психологическая совместимость с коллективом, являются приоритетными. А талант оказывать услуги с удовольствием и быть искренне расположенными к гостям – высшая форма профессиональной пригодности. Для отельного бизнеса очень важна способность работы в команде, способность к быстрому обучению. Человек должен быть ориентирован на сервис, должен быть позитивным.

В связи с вышесказанным возникают определенные трудности. Можно дать определенные технические навыки, необходимые для работы в гостинице, но обучить человека таланту оказывать услуги с удовольствием, быть искренне расположенными к гостям, очень трудно. Если человек интраверт, не любит людей, не любит улыбаться и не любит работать в команде, то он может прекрасно подойти в любом другом месте, но не в гостиничном предприятии.

Для гостиничного сервиса не подходит любой и каждый. Работодатели традиционно обращают особое внимание на такие компетенции, как: умение работать в команде, высокий коммуникативный уровень, легкость адаптации, гибкость мышления, умение предлагать нестандартные ходы, желание учиться и развиваться.

Важные качества для менеджера гостиничного сервиса – стремление учиться на своем опыте и приобретать новые навыки. Менеджер гостиничного сервиса должен любить разные страны и культуры, людей. Очень важно умение общаться с людьми и убеждать. Для гостиничного бизнеса особое значение имеют такие личностные качества, как гостеприимство и доброжелательность, аккуратность и, что немаловажно, высокая стрессоустойчивость.

Под профессионально-служебной этикой сервисной деятельности понимается совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм, которые в обязательном порядке должны быть реализованы в процессе выполнения ими своих служебных обязанностей.

Под служебным этикетом работников сервисной сферы понимают совокупность фиксированных норм, безальтернативных правил поведения, обусловленных служебным положением сотрудника фирмы, которым работник обязан следовать привычно, почти автоматически.

Автор учебного пособия «Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент» профессор Аванесова Г.А. признает следующие этические принципы и нравственные категории ключевыми для сервисной деятельности: честность и порядочность по отношению к окружающим; совестливость и открытость в отношениях с потребителями; уважение к их достоинству; осознание своего профессионального долга (обязанностей) во взаимодействии с ними.

Что касается основных норм служебной этики, которые должны быть присущи всем работникам сервисной деятельности, независимо от

того, где находится их рабочее место, то, по мнению ученого, это: внимательность, вежливость; выдержка, терпение, умение владеть собой; хорошие манеры и культура речи; способность избегать конфликтных ситуаций, а если они возникают, успешно разрешить их, соблюдая интересы обеих сторон. Работники контактной зоны в дополнение к тем этическим нормам, которые перечислены, должны также проявлять: обходительность, любезность; радушие, доброжелательность; тактичность, сдержанность, заботу о потребителе; самокритичность по отношению к себе; готовность быстро реагировать, удерживая в зоне внимания сразу несколько человек или разные операции, которые осуществляются в процессе обслуживания; умение держаться спокойно и доброжелательно даже после обслуживания капризного клиента или напряженной смены; умение избегать неудовольствий клиентов и конфликтов.

Что касается личностных качеств, интересов и склонностей, желательных для конкурентоспособного выпускника туристского вуза по гостиничным специальностям, следует указать еще такие, как: креативность, артистизм, активность, наблюдательность, эрудированность, стремление к саморазвитию, толерантность, уверенность в себе и в принимаемых решениях, ориги-

нальность, находчивость, целеустремленность, настойчивость, разносторонность, гибкость (умение гибко и быстро реагировать на разные изменения в ситуациях), тактичность, воспитанность, наличие развитой интуиции.

Литература

1. Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность : историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учебное пособие для студентов вузов – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 320 с.

2. Белая книга. Еврообразование. – М.: Стратегия, 2003.

3. Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии (Сектор «Гостиницы»).

4. Кокорина, А.А. Чернышов, А.В. Практическая составляющая системы образования в индустрии гостеприимства – М. : ООО «Национальное обозрение», 2005.

5. Модель конкурентоспособного выпускника как средство обеспечения качественной подготовки специалиста индустрии гостеприимства столичного региона: научно-методический сборник. – М., 2005.