

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Никифорова, старший преподаватель
С. Бабаева, студент
Нижевартовский государственный университет
(Россия, г. Нижневартовск)

***Аннотация.** Современная отечественная индустрия гостеприимства находится в процессе становления и направлена на получение прибыли от сотрудничества со своими клиентами. Нестабильная экономическая и политическая ситуация вызвала ряд проблем, с которыми столкнулась индустрия гостеприимства. Именно поэтому фирмы вынуждены пристально изучать складывающуюся конъюнктуру рынка. Поиск и использование фирмами различных форм бизнеса стали особым моментом для эффективного управления предприятиями индустрии гостеприимства. Важную роль при организации деятельности гостиничного предприятия играет внутренняя среда организации, которая, зачастую, и определяет специфику функционирования предприятия.*

***Ключевые слова:** внутренняя среда, гостиница, организация, гостиничная услуга, структура.*

Понятие «организация» является одним из важнейших в менеджменте. Организация может хорошо функционировать только при постоянном взаимодействии ее составных частей внешней и внутренней среды. Внешняя среда предоставляет организации различные ресурсы, а внутренняя, в свою очередь, – формирует основу предприятия.

Внутренняя среда организации – представляет собой часть общей среды, находящейся в рамках организации и оказывающей постоянное и непосредственное воздействие на ее функционирование. Во внутреннюю среду включены цели и задачи организации, ее структура, работники, техника и технологии, применяемые на производстве, организационная культура, внутренняя информация и другие элементы. Особое место в любой организации, несмотря на важность всех этих составляющих, занимают все же люди, поскольку результат деятельности напрямую связан со способностями, квалификацией, отношениями к труду и мотивацией ее персонала.

Говоря о характере внутренней среды гостиничного предприятия, необходимо рассматривать несколько аспектов: ассортимент и объём производимых гостиничных услуг, потенциал производства,

структуру управления фирмой, коллектив сотрудников, имеющиеся финансовые ресурсы. Данными показателями зачастую определяются лицо предприятия, его место на рынке, целевая аудитория, а также перспективы дальнейшего развития.

Нужно определиться, что же представляет собой гостиница, какие услуги она предоставляет, чтобы наиболее точно определить особенности структуры внутренней среды гостиничного предприятия. Для этого следует обратиться к ГОСТу Р 53423-2009 «Туристские услуги; гостиницы и другие средства размещения туристов». Согласно ГОСТу, под гостиницей подразумевается предприятие, предоставляющее услуги размещения и, в большинстве случаев, услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг. И поскольку гостиницу можно рассматривать также как самоорганизующийся и саморазвивающийся объект, то именно внутренняя среда в первую очередь определяет характер и успешность деятельности предприятия.

Для успешного развития гостиничного дела важно учитывать, на какие факторы внутренней среды, в ближайшей перспективе могущие оказать наибольшее влияние, следует обратить внимание. Это важ-

но, поскольку помимо положительных сторон в развитии каждого предприятия существуют еще и отрицательные аспекты, а также возможные угрозы и опасности. Главное суметь найти выход из любой ситуации, при этом успешно конкурировать на рынке гостиничных услуг. А это, в свою очередь, и является актуальной проблемой гостиничного бизнеса.

Гостиничные услуги, как и услуги других предприятий, имеют свои особенности, и этот факт следует учитывать, чтобы предотвратить риск падения на рынке услуг и не допустить совершения ошибок при организации внутренней среды предприятия. Отметим некоторые из них:

1. Одновременность процессов потребления и производства. Предоставление гостиничной услуги требует активного взаимодействия, как потребителя, так и исполнителя, причем реализации этой услуги происходит на территории исполнителя. Персонал, производящий услуги, непосредственно контактирует с потребителем, и последний рассматривает его как неотделимую часть самой услуги. Именно по поведению персонала в большей степени и оценивается гостем качество, предложенных гостиницей услуг.

2. Неосвязаемость. Гостиничный продукт не осязаем. Услуги существуют только в процессе оказания и потребления, они нематериальны, поэтому они не могут быть оценены до того, как услуга будет исполнена. Услуга предстает как некое обещание и предполагается высокое доверие к тому, кто ее оказывает, поскольку она не может быть осмотрена перед употреблением.

3. Невозможность производства гостиничного продукта впрок, складирования, хранения. Гостиничный продукт, рассчитанный на удовлетворение реальных потребностей, имеющих в данный момент, не может быть заготовлен на будущее. Потенциальный доход гостиницы может быть потерян и не восполнен, если услуга не оказывается качественно и вовремя.

4. Непостоянство качества. Услуги сферы гостеприимства отличаются изменчивостью, их качество зависит от того, кто

их оказывает и при каких условиях. Повлиять на качество предоставляемой услуги может состояние оказывающего услугу в момент ее производства. Один и тот же человек может прекрасно обслуживать клиента сегодня и значительно хуже на следующий день по разнообразным причинам.

5. Изменчивость и колебания в качестве оказываемых услуг представляют собой главные причины недовольства, высказываемое постояльцами в адрес индустрии гостеприимства.

6. Сезонный характер спроса. Значительным сезонным колебаниям подвержены гостиничные услуги. Спрос на гостиничный продукт может колебаться в зависимости от дня, недели или сезона. Например, спрос на услуги гостиниц в летние месяцы значительно возрастает, так как большинство туристов отдыхает в данный период.

7. Взаимозависимость цели путешествия и гостиничных услуг. Значительное влияние на реализацию гостиничного продукта оказывают действия турагентов и туроператоров, ведь гостиничный бизнес очень тесно связан именно с туристической деятельностью.

Данные особенности соотносятся с организационной структурой внутренней среды предприятия. Для более эффективной работы гостиницы необходимо знать, на что в первую очередь будет обращать внимание потребитель при достижении максимально комфортных условий отдыха. Среди таких условий можно выделить, во-первых, месторасположение гостиницы. От него зависят доступность отеля и привлекательность его окружения для гостя, во многом определяющая целью посещения. Во-вторых, удобство обслуживания, определяющееся доступностью для гостей и классификацией по типам, размерам и ценам спален, ресторанов, баров и т.п.

Цена, а также уровень сервиса, который зачастую характеризуется ассортиментом предлагаемых услуг, наличие или отсутствие различных видов удобств, их стиль, а также качество все чаще оказываются в

центре внимания современного потребителя.

Предоставляемый гостиницами ассортимент услуг является весьма разнообразным. Это услуги по временному размещению, услуги общественного питания, услуги салонов красоты, парикмахерские услуги, сауна и т.д. Сегодня можно постричься в парикмахерской, попариться в сауне или поиграть на бильярде не выходя из гостиницы. Несмотря на то, что все же основную часть выручки гостиницы составляет плата за проживание, дополнительные услуги также приносят немалый доход.

Немаловажную роль при выборе гостиницы играет ее имидж, обеспечивающий благоприятное впечатление потенциальным клиентам. Имидж зачастую складывается из таких факторов как перечень предлагаемых услуг и удобств, месторасположения гостиницы, квалификация обслуживающего персонала, внешнее восприятие и внутренняя атмосфера отеля и т.п.

Служба персонала должна четко представлять себе, какие именно сотрудники нужны как для работы в гостинице целом (т. е. в соответствии с определенными требованиями в области стандартов обслуживания отрасли, корпоративными ценностями и правилами поведения, как в отношении гостей, так и коллег по работе), так и для каждой конкретной должности. При этом важно учитывать не только профессиональные компетенции сотрудника, но и личностные, а также такие особенности и черты характера, которые имеют значение для успешной деятельности сотрудника в конкретном подразделении. Также важно учитывать возможность работы сотрудников под руководством конкретного менеджера (конечно, если в планы руководства гостиницы не входит замена самого менеджера). Дальнейшее совершенствование системы обучения персонала гостиницы также должно иметь место. Переход от групповых к индивидуальным программам и обучение в малых группах с целью устранения «разрывов» в компетенциях конкретных сотрудников может способствовать совершенствованию персонала.

Помимо сотрудников гостиницы, на управление также оказывают влияния и применяемые технологии производства. К примеру, взять организацию работы горничных. В том случае, когда каждая горничная придерживается четкой последовательности в уборке номера, она может экономить время на проведение уборочных работ. Стандартизация, упрощая требования к работнику, одновременно повышает требования к менеджеру и нуждается в четкой организации производства.

Принципы создания хорошей организации были сформулированы классиком менеджмента Анри Файоль в следующем виде:

1. Единство управления. Независимо от структуры организации, степени рассредоточения и распределения полномочий нести полную ответственность за деятельность всего предприятия должен один человек.

2. Единство подчинения. У любого служащего может и должен быть только один руководитель.

3. Принцип соответствия. Уровень ответственности должен соответствовать порученным полномочиям. Если на лицо возлагаются определенные обязанности, то его необходимо наделить и соответствующими полномочиями, которые необходимы для выполнения этих обязанностей.

4. Коммуникации, система связи. Должны быть установлены как формальные, так и неформальные линии связи, которые, в свою очередь, должны постоянно поддерживаться.

5. Скалярный метод передачи полномочий. Полная и абсолютная ответственность означает право не только управлять, но и передавать часть полномочий другим лицам по линии руководства.

6. Гибкость. Структура организации должна включать в себя возможность вносить коррективы в связи с меняющимися методами, задачами, целями, масштабами коммерческой деятельности, появлением новых технологий и ресурсов.

7. Доступность всех уровней организации. Любой сотрудник организации дол-

жен иметь право и возможность подать жалобу, высказать замечание или предъявить жалобу соответствующему руководителю.

Обеспечение достижения стоящих перед организацией задач является главной целью организационной структуры, то для этого необходимо, чтобы, проектирование структуры базироваться на стратегических планах гостиницы.

В структуру гостиничного предприятия входят несколько основных служб:

- отдел обслуживания;
- хозяйственная служба;
- инженерная служба;
- служба безопасности;
- пищевой комплекс;
- отдел кадров, бухгалтерия.

Отдел обслуживания является одной из важнейших служб в индустрии гостеприимства. Персонал именно этой службы, взаимодействуя с клиентами, выполняет функции, связанные с их непосредственным обслуживанием.

Процесс обслуживания гостей представляет собой совокупность нескольких этапов:

- 1) Бронирование – предварительный заказ мест в гостинице.
- 2) Прием, регистрация и размещение гостей.
- 3) Предоставление услуг проживания.
- 4) Предоставление дополнительных услуг.
- 5) Окончательный расчет и оформление выезда.

Службу обслуживания возглавляет менеджер, у которого в подчинении находятся швейцары, коридорные, подносчики багажа, лифтеры, консьержи, рассыльные и водители.

Первыми, как правило, встречают гостей швейцары, стоящие у входа в гостиницу. Их задача – приветствие гостей и оказание помощи при выходе из машины. Швейцары должны владеть полной информацией об услугах, предлагаемых гостиницей, о гостиничных мероприятиях, о месте расположения гостиницы и ее окрестностях.

Не менее важная служба также в гостиничном предприятии – хозяйственная. Руководитель этого подразделения несет ответственность за чистоту всего отеля и его номеров. Обычно в его подчинении несколько помощников, старших горничных, которые отвечают за уборку номеров на одном-двух этажах.

Еще одна служба гостиницы – инженерная. Ее главная цель заключается в устранении несложных неисправностей сантехнического и электрооборудования и осуществлении грамотной эксплуатации всего оборудования. Гостиница часто заключает договоры со специализированными фирмами, которые осуществляют обслуживание и ремонт оборудования, чтобы не содержать полный штат инженерно-технических работников.

Большую роль играет служба безопасности. Ведь личная безопасность гостей и гарантированная сохранность их собственности – важный аспект в работе любой гостиницы. Чтобы защитить гостей от грабежа, мошенничества, насилия и пр. служащие обязаны принимать все необходимые меры предосторожности. Персонал данной службы несет ответственность за ущерб, нанесенный гостям за время их проживания в гостинице.

К техническим средствам безопасности, прежде всего, относятся телевизионные камеры, с помощью которых просматриваются все общественные и многие служебные помещения. Записи должны храниться не менее 24 часов. Введение электронных замков позволило существенно повысить безопасность номерного фонда. Также во многих гостиницах по просьбе клиентов для предотвращения краж в номерах устанавливаются индивидуальные сейфы, воспользоваться которыми можно за дополнительную плату в период всего проживания. Кроме индивидуальных сейфов многие гостиницы организуют и централизованное хранение в камерах и сейфовой кладовой имущества клиентов.

Служба безопасности гостиницы занимается решением следующих задач:

- разработка процедур реагирования при чрезвычайных происшествиях;

- контроль доступа в здание гостиницы;
- повседневная безопасность комнат гостей;
- контроль за номерными ключами;
- предотвращение краж, контроль за замками;
- система охранной сигнализации;
- контроль всей территории;
- наружное освещение;
- предоставление сейфов и негорючих шкафов;
- система наблюдения, осуществляемая с помощью телемониторов;
- сбор и хранение личной информации.

Служба питания – также не маловажная служба гостиницы, хотя не во всех гостиничных предприятиях отмечается ее наличие. Ее основная цель заключается в обеспечении обслуживания гостей в ресторанах, кафе или барах гостиницы, решении вопросов по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и др. праздничных мероприятий. Гостиницы при организации питания туристов могут использовать различные методы обслуживания: «а ля карт», «а парт», «табльдот», шведский стол.

И, наконец, финансовая служба гостиничного предприятия, отвечающая за следующие операции:

1. Расчеты по счетам клиентов. Ежедневно проверяется баланс по всем клиентским счетам в рамках данной службы.

Библиографический список

1. <http://humeur.ru/page/vnutrennjaja-sreda-organizacii-i-ee-elementy>
2. http://economican.ru/v_man.php?id=7
3. <http://www.vashdom.ru/gost/53423-2009/#i54918>
4. http://www.e-reading.club/chapter.php/96118/44/Osnovy_industrii_gostepriimstva.html
5. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/problemy-i-perspektivy-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-rossii.pdf>
6. <http://www.rae.ru/forum2012/184/131>
7. <http://turgostinica.ru/gostinichny-kompleks/4-2-strategicheskoe-i-tekushee-planirovanie/stranitsa-4.html>
8. <http://www.konspektov.net/question/2077022>

2. Подсчет ежедневной прибыли по каждому приносящему доход подразделению гостиницы.

3. Составление ежедневного отчета для генерального директора, в котором представляются доходы по подразделениям, загрузка номерного фонда и некоторые другие показатели в сравнении с прошедшим периодом.

4. Расчеты по закупкам.

5. Начисления и выплата заработной платы персоналу.

6. Ведение финансового и управленческого учета.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что правильно организованная внутренняя структура гостиничного предприятия играет немало важную роль в гостиничной индустрии, так как от нее полностью зависит состояние туриста (потребителя гостиничных услуг). Будет ли он удовлетворен качеством обслуживания, привлечен ли его местоположение гостиницы и многое другое. Ведь главной целью любого предприятия является удовлетворение потребностей потребителя. Главное, чтобы клиент остался довольным. Отзывы туриста формируют будущее гостиницы и желательно, чтобы они были положительными.

**FEATURES OF THE ORGANIZATION OF THE INTERNAL ENVIRONMENT OF
THE HOTEL ENTERPRISE**

A.A. Nikiforova, *senior lecturer*

S. Babayeva, *student*

Nizhnevartovsk state university

(Russia, Nizhnevartovsk)

Abstract. *Modern domestic hospitality industry is in the process of formation and aimed to profit from cooperation with their customers. Unstable economic and political situation caused a number of problems faced by the hospitality industry. Therefore, firms are forced to closely examine the prevailing market conditions. Search and application of various forms of business became a special moment for effective business management in the hospitality industry. An important role in the organization of activities of the hotel enterprise plays the internal environment of the organization that often determines the specificity of functioning of the enterprise.*

Keywords: *internal environment, hotel organization, hotel service, structure.*