

Высокая значимость ознакомления с предметами материальной культуры требует соответствующего внимания к организации формирования туристических групп, подготовки необходимой рекламной информации, подбора компетентных руководителей групп.

<http://edoc.bseu.by>

Н.И. Кабушкин
Белорусский государственный экономический университет (Минск)

БАЗОВЫЕ КРИТЕРИИ СЕРВИСА В ГОСТИНИЦАХ И РЕСТОРАНАХ

Сервис в данном контексте — все то, что обеспечивает качественное обслуживание клиентов гостиниц.

Базовое качество обслуживания клиентов гостиницы понимается нами как совокупность тех свойств услуги, наличие которых потребитель считает обязательным, само собой разумеющимся. Надеюсь обнаружить эти качества, клиент не считает необходимым говорить о них хозяину, службам отеля.

В связи с этим выделяются два аспекта: а) отношение к клиенту в процессе обслуживания в ресторане; б) отношение к клиенту в случае, если гость остается в гостинице на ночлег.

В первом случае речь идет о качестве угощения в ресторане. В этом плане следует иметь в виду два аспекта: технический и личностный. Технический — представлен блюдами безукоризненного качества. Если качество поданных клиенту блюд не соответствует стандарту, то гость может (и должен) использовать свои гарантийные права вплоть до расторжения договора купли-продажи. Вместе с гарантийными правами клиент может предъявить к хозяину гостиницы еще и претензии по возмещению ущерба из-за некачественного обслуживания, так как в данном случае владелец гостиницы рассматривается как “изготовитель” блюд с браком.

Личностный аспект предполагает высочайший уровень внимания к клиенту со стороны обслуживающего персонала ресторана. Сюда входят:

— постоянная приветливость, подчеркнутая вежливость, радушие ко всем без исключения посетителям ресторана;

— предупредительность, готовность к услуге по выполнению любых просьб и “капризов” гостей;

— внимательное и доброжелательное отношение к претензиям клиентов ресторана независимо от их формы и справедливости;

— личная привлекательность лиц, предоставляющих услуги;

— красота обслуживания и личная эрудиция каждого работника ресторана.

Во втором случае речь идет об отношении к клиенту как к ночующему посетителю. Первый и главный критерий этой группы — соблюдение права неприкосновенности жилища. По сути, речь идет о договоре об устройстве в гостиницу, то есть платном предоставлении обставленных комнат. Особую значимость приобретает бронирование мест(а) в гостинице. Недоразумения чаще всего возникают тогда, когда до конца не выяснен вопрос о том, что речь идет о бронировании конкретного номера в гостинице или лишь о справке.

Кроме качества бронирования значение имеет и ответственность отеля за принятые и оставленные после проживания гостем вещи.

Резюме. Если клиент пользуется услугами отеля, то, по сути, заключается договор о приеме гостей, состоящий из двух частей: договор об угощении в ресторане и договор об устройстве в гостиницу, в которых в полном объеме оговариваются критерии сервиса.

Е.С. Капинова
Университет им. проф. д-ра А. Златарова (Бургас, Болгария)

КОММУНИКАТИВНЫЕ ЗАДАНИЯ В СИСТЕМЕ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖЕЙ ПО ТУРИЗМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ОБЩЕНИЮ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В основе обучения профессиональному общению на русском языке студентов специальности “Организация и управление гостиницей и рестораном” в колледжах по туризму лежит формирование и развитие языковой, речевой, коммуникативной и