

УДК 378.147
DOI <https://doi.org/10.26661/2663-5925-2021-1-03>

**ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ
В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА
ПРИ ИЗУЧЕНИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ УРОВНЯ «ПЯТЬ ЗВЁЗД» («5*»)**

Борисевич А. Р.

*кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры теории и методики физической культуры
Белорусский государственный университет имени Максима Танка
ул. Советская, 18, Минск, Республика Беларусь
orcid.org/0000-0001-9287-5821
297689985a@gmail.com*

Вертейко О. В.

*магистрант
Белорусский государственный университет имени Максима Танка
ул. Советская, 18, Минск, Республика Беларусь
orcid.org/0000-0002-4410-6793
olga.verteyko.86@mail.ru*

Пчёлкина А. И.

*студент
Белорусский государственный университет имени Максима Танка
ул. Советская, 18, Минск, Республика Беларусь
orcid.org/0000-0001-9080-9062
pchelkina_anko@mail.ru*

Ключевые слова:

*подготовка, будущие
специалисты, туризм,
методы обучения,
гостиничное предприятие.*

В статье рассматриваются особенности развития гостиничного бизнеса в Республике Беларусь. Для успешного функционирования этого бизнеса необходимо заниматься подготовкой соответствующих кадров для организации работы в данной предметной области. В научном исследовании установлено, что существуют такие системы классификации уровня отелей: система звезд, система букв, система корон, система баллов. При этом в каждой системе есть свои стандарты, а также документы, регламентирующие их функционирование. Понятие «бренд», которое трактуется как стойкие ассоциации и представления о продукте или услуге, которые существуют в сознании потенциального покупателя, также понимается как фабричная марка или товарный знак, который имеет огромную репутацию у потребителей услуг. Определение этого понятия очень важно для раскрытия темы исследования. Цель исследования – определить и показать особенности подготовки будущих специалистов в области физической культуры, спорта и туризма при изучении функционирования гостиничного предприятия уровня «пять звезд». Материалы и методы. Для решения задач исследования авторами были использованы следующие методы: метод теоретического анализа литературных источников, методы социологического опроса, беседы и наблюдения. Исследование проводилось на базе гостиничного предприятия и на базе факультета физического воспитания (г. Минск, Республика Беларусь), в нем приняли участие студенты 3 курса

сокращенной формы получения высшего образования (17 человек). Результаты исследования. Гостиничное предприятие уровня «пять звёзд» – это целый многоуровневый комплекс, который предоставляет широкий спектр услуг, помимо проживания и питания. Сотрудники сферы гостеприимства многофункциональны и мобильны, достаточно коммуникабельны и образованы, обладают высокой стрессоустойчивостью. Для поддержания качества и соответствия потребностям гостей проводятся маркетинговые исследования и обработка обратной связи. Также периодически организуются тренинги и лекции для сотрудников в целях поддержания их профессионального тонуса. А со студентами факультета физического воспитания организуются деловые и ролевые имитационные игры для более глубокого вовлечения в процесс и освоения деятельности в данном направлении туризма.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ, СПОРТУ Й ТУРИЗМУ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА РІВНЯ «П'ЯТЬ ЗІРОК» («5*»)

Борісевич А. Р.

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії та методики фізичної культури
Білоруський державний університет імені Максима Танка
вул. Радянська, 18, Мінськ, Республіка Білорусь
297689985a@gmail.com*

Вертейко О. В.

*магістрант
Білоруський державний університет імені Максима Танка
вул. Радянська, 18, Мінськ, Республіка Білорусь
olga.verteyko.86@mail.ru*

Пчолкіна Г. І.

*студент
Білоруський державний університет імені Максима Танка
вул. Радянська, 18, Мінськ, Республіка Білорусь
pchelkina_anko@mail.ru*

Ключові слова: *підготовка, майбутні фахівці, туризм, методи навчання, готельне підприємство.*

У статті розглядаються особливості розвитку готельного бізнесу в Республіці Білорусь. Для успішного функціонування цього бізнесу необхідно займатися підготовкою відповідних кадрів для організації роботи в даній галузі. У науковому дослідженні встановлено, що існують такі системи класифікації рівня готелів: система зірок, система букв, система корон, система балів. При цьому у кожній системі є свої стандарти, а також документи, що регламентують їх функціонування. Поняття «бренд», яке трактується як стійкі асоціації і уявлення про продукт або послугу, які існують у свідомості потенційного покупця, також розуміється як фабрична марка або торговий знак, який має величезну репутацію у споживачів послуг. Визначення цього поняття має важливе значення для розкриття теми дослідження. Мета дослідження – визначити і показати особливості підготовки майбутніх фахівців у галузі фізичної культури, спорту і туризму під час вивчення функціонування

готельного підприємства рівня «п'ять зірок». Матеріали та методи. Для вирішення завдань дослідження авторами були використані такі методи: метод теоретичного аналізу літературних джерел, методи соціологічного опитування, бесіди і спостереження. Дослідження проводилося на базі готельного підприємства і на базі факультету фізичного виховання (м. Мінськ, Республіка Білорусь), в ньому взяли участь студенти 3 курсу скороченої форми здобуття вищої освіти (17 осіб). Результати дослідження. Готельне підприємство рівня «п'ять зірок» – це цілий багаторівневий комплекс, який надає широкий спектр послуг, крім проживання і харчування. Співробітники сфери гостинності багатofункціональні і мобільні, досить комунікабельні і освічені, мають високу стійкість до стресів. Для підтримки якості та відповідності потребам гостей проводяться маркетингові дослідження і обробка зворотного зв'язку. Також періодично організуються тренінги та лекції для співробітників з метою підтримки їх професійного тону. А зі студентами факультету фізичного виховання організуються ділові та рольові імітаційні ігри для більш глибокого залучення в процес і освоєння діяльності в даному напрямі туризму.

FEATURES OF TRAINING OF FUTURE SPECIALISTS IN THE FIELD OF PHYSICAL CULTURE, SPORTS AND TOURISM WHEN STUDYING THE FUNCTIONING OF A “FIVE-STAR” HOTEL COMPANY (“5*”)

Borisevich A. R.

*PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Theory and Methods of Physical Culture
Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank
Sovetskaya str., 18, Minsk, Republic of Belarus
297689985a@gmail.com*

Verteiko O. V.

*Master's Student
Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank
Sovetskaya str., 18, Minsk, Republic of Belarus
olga.verteyko.86@mail.ru*

Pchelkina A. I.

*Student
Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank
Sovetskaya str., 18, Minsk, Republic of Belarus
pchelkina_anko@mail.ru*

Key words: *training, future specialists, tourism, training methods, hotel enterprise.*

The article discusses the features of the development of the hotel business in the Republic of Belarus and for the successful functioning it is necessary to train the appropriate personnel for the organization of work in this subject area. The purpose of the study is to identify and show the features of training future specialists in the field of physical culture, sports and tourism when studying the functioning of a “five-star” hotel enterprise. The scientific study found that there are different systems of classification of the level of hotels: the system of stars, the system of letters, the system of crowns, the system of points. At the same time, each system has its own standards, as well as documents regulating their functioning. The definition of the concept of “brand”, which is interpreted as a stable association and representation of a product or service

that lives in the mind of a potential buyer, is also understood as a factory brand, or a trademark that has a huge reputation among consumers of services, is important for the disclosure of the research topic. Materials and methods. To solve the problems of the study, the authors used the following methods: the method of theoretical analysis of literary sources, methods of sociological survey, conversation and observation. The study was conducted on the basis of a hotel enterprise and on the basis of the Faculty of Physical Education (Minsk, Republic of Belarus), it was attended by students of the 3rd year of the abbreviated form of higher education (17 people). The results of the study. A “five-star” hotel enterprise is a multi-level complex that provides a wide range of services, in addition to accommodation and food. Employees of the hospitality industry are multifunctional and mobile, quite sociable and educated, have high stress resistance. To maintain the quality and meet the needs of the guests, conduct marketing research and process feedback. Trainings and lectures are also organized periodically for employees in order to maintain their professional tone. And with students of the Faculty of Physical Education, business and role-playing simulation games are organized for deeper involvement in the process and development of activities in this area of tourism.

Постановка проблемы. Гостиничный бизнес в Республике Беларусь только начинает развиваться и набирать обороты. И для успешного функционирования этого бизнеса необходимо заниматься подготовкой соответствующих кадров для организации работы в данной предметной области. Такая подготовка осуществляется и на факультете физического воспитания Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка в процессе обучения будущих специалистов по специальности «Спортивно-туристская деятельность» со специализацией «Менеджмент в туризме» при изучении цикла специальных дисциплин в области маркетинга туризма, менеджмента туризма, теории и практики экскурсионного туризма, правовых основ в физической культуре и спорте.

Цель исследования – определить и показать особенности подготовки будущих специалистов в области физической культуры, спорта и туризма при изучении функционирования гостиничного предприятия уровня «пять звёзд».

Достижение поставленной цели осуществлялось путем решения основных задач научного исследования, таких как:

1) проведение контент-анализа по изучению основных определений и уточнение их смысловых компонентов;

2) представление особенностей функционирования гостиниц уровня «5*» («пять звёзд»);

3) представление методики при изучении работы гостиничного предприятия, способствующей подготовке будущих специалистов.

Методы исследования. В работе представлены такие методы исследования: 1) метод теоретического анализа литературных источников.

(анализ научно-методической и специальной литературы проводили для изучения состояния вопроса относительно деятельности гостиничного предприятия); 2) наблюдение, социологический опрос, беседа.

В соответствии с Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2006 года №471 «Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь» (в ред. от 19.05.2009 N 646) мы можем дать определения, необходимые для представления научного материала в данной статье:

– гостиница – это имущественный комплекс (комплекс зданий и сооружений, здание или часть здания с оборудованием и иным имуществом), отвечающий установленным требованиям обязательных для соблюдения технических нормативных правовых актов, в котором осуществляется гостиничное обслуживание;

– гостиничное обслуживание – услуги, оказываемые исполнителем, по предоставлению номеров (мест в номерах) для временного проживания физических лиц, а также дополнительные услуги (далее – услуги);

– дополнительные услуги – услуги общественного питания, связи, бытовые, спортивные, туристские и другие услуги, оказываемые исполнителем на возмездной и (или) безвозмездной основе в соответствии с законодательством [1].

Изложение основного материала исследования. В мире существуют такие системы классификации уровня гостиниц: система звёзд, система букв, система корон, система баллов. При этом у каждой системы имеются свои стандарты, а также документы, регламентирующие их функционирование.

Чем выше уровень отеля, тем больше требований к нему предъявляется. В данной работе мы представим особенности функционирования гостиниц уровня «5*» («пять звёзд»).

Есть ряд организаций и нормативных документов, которые определяют стандарты и правила функционирования гостиничной сферы и туризма: Всемирная туристическая организация (ВТО), Международная Гостиничная ассоциация, ХОРТЕК (Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов, кафе и подобных учреждений в Европейском союзе и Европейской экономической зоне), законодательные акты страны, в которой находится гостиничное предприятие, а также свод внутренних стандартов гостиничного предприятия и другие документы.

Более подробную информацию о критериях и требованиях к гостиничной деятельности можно найти в вышеуказанных документах [2].

Важно отметить, что уровень «пять звёзд» – это гостиницы экстра-класса, которые сочетают в себе комфорт и стиль, строительные материалы, установки, оборудование, мебель по заказу и высшего качества. Интерьер оформлен авторскими предметами искусства. Качественная косметика, парфюмерия и средства гигиены в номерах, а также продукты питания высшего уровня, профессиональное обслуживание.

Пятизвёздочная гостиница предоставляет возможность временного размещения (кратко- или долгосрочного) в комфортабельных номерах со всеми необходимыми удобствами. Такие удобства включают гигиенические принадлежности, оснащение продукции мини бара, телевидение, интернет-сообщение, а также предоставление услуг по обслуживанию номера, куда входит уборка, смена белья, служба обслуживания в номерах, доставка печатных средств массовой информации и другое. Отель «4 звезды» и выше предполагает наличие дополнительных мест для питания и досуга, а также отдыха гостей (рестораны, бары, SPA-зона, спортзал, теннисные корты и т.д.), а также наличие конференц-залов и помещений для проведения массовых мероприятий [3].

Также необходимо отметить, что высокого качества размещение и проживание гостя достигается путем усердной и слаженной работы сотрудников. Как и на любом предприятии, в отеле есть внутреннее деление на службы, которые могут включать в себя несколько отделов. Например, служба общественного питания обычно включает в себя такие отделы, как рестораны, бары, банкетная служба, услуги мини-бара, служба обслуживания в номерах, VIP-гостиная. Или, к примеру, служба приёма и размещения делится на отдел приёма и размещения и отдел бронирования. Как правило, сотрудники гостиничного комплекса

многофункциональны. Именно поэтому в случае нестандартных экстренных ситуаций сотрудники смежных отделов взаимозаменяемы, хотя на первый взгляд кажется, что у имеющихся отделов направленность работы разная.

На сегодняшний день бренд является связующим компонентом между бизнесом и человеком. Бренд – это устойчивые ассоциации и представления о продукте или услуге, которые существуют в сознании потенциального покупателя (слово “brand” в переводе с английского означает «клеймо»). Также под брендом понимается фабричная марка или торговый знак, который имеет огромную репутацию у потребителей услуг, в нашем случае – гостей отеля.

Люди воспринимают бизнес на эмоциональном уровне через призму его коммуникаций [4]. Поэтому необходимо подобрать ценности, дизайн, направленность, персонал и то, что транслирует ваш бренд аудитории, таким образом, чтобы данные аспекты соответствовали ожиданиям и потребностям сегмента, на который направлена деятельность компании.

Основные позиции, которые гость желает видеть в гостинице «5*» – это надёжность, стабильность в качестве, отзывчивость персонала, гостеприимство и высокий уровень сервиса, безопасность, отличный внешний вид (интерьер, подача блюд, аккуратность и опрятность сотрудников) [5].

В процессе получения услуги гость обращает внимание не только на её качество, но и на сервис. Определим понятия «сервис» и «услуга». Синоним к слову «сервис» – «обслуживание». А услуга – это ряд действий, которые являются инструментами для производства ценности, которые могут создать ценность, но сами не являются самостоятельной ценностью. Основные услуги в гостиничном комплексе – это проживание, питание и другие сопутствующие услуги. Хороший сервис – это не затраты, а инвестиции. Качественный сервис удерживает клиентов, которые уже знакомы с деятельностью компании, а также привлекает новых клиентов.

Исходя из личного опыта, а также руководствуясь изученным материалом в сфере гостиничного бизнеса, гостеприимства и маркетинга, можно выделить следующие методы, применяя которые, компаниям удаётся поддерживать высокое качество обслуживания клиентов. Данные методы мы также используем в работе со студентами факультета физического воспитания Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка в ходе их профессиональной подготовки к работе в области физической культуры, спорта и туризма, и в частности в сфере гостиничного бизнеса. Обозначим эти методы:

1) энтузиазм сотрудников – это принятие ценностей компании, выполнение стандартов, понимание важности качественного исполнения своей работы, креативность и проявление своих лучших личностных качеств, «ген» гостеприимства. Для лучшего понимания можно привести следующий пример. Если человек не имеет опыта работы в сфере гостеприимства, но у него есть большое желание трудиться в ней, также присутствуют коммуникабельность, радушие, владение иностранными языками, то работодатель может обучить нового сотрудника. Если техническими навыками можно овладеть в процессе работы, то личностные качества, такие как эмпатия, внимательность к людям, забота и т.д., изначально присутствуют не у всех людей;

2) профессионализм сотрудников – это практическая и теоретическая подготовка, информированность касательно важных рабочих моментов, знание должностных инструкций, способность справляться с непредвиденными ситуациями, а также умение действовать в конфликтных ситуациях. Например, знание алгоритма подачи блюд, информированность о предоставляемых услугах гостиничного комплекса, общая осведомлённость касательно инфраструктуры и месторасположения в гостиничном комплексе, владение алгоритмом действий в чрезвычайных ситуациях помогает справляться с работой на высшем уровне;

3) непрерывная связь с клиентом. Многие компании используют достижения современных технологий, Интернет-ресурсы, мессенджеры, автоответчики, боты, тем самым расширяя диапазон коммуникации с гостем. Клиент не должен остаться незамеченным, в любом случае необходимо, чтобы он получил ответ на свой запрос. Так как у сотрудников не всегда есть возможность обрабатывать все звонки и запросы, современные технологии приходят на помощь;

4) бенчмаркинг. Цель данного метода – не выпускать из вида достижения ваших конкурентов, внедрять полезные и удачные приемы и стратегии в свою деятельность;

5) персонализация предполагает индивидуальное отношение к каждому гостю, подчеркивание его ценности для компании. Сюда можно отнести обращение к гостю по имени (если оно известно), персональные бонусы, учитывание предпочтений и особенностей гостя;

6) предугадывание, а также стремление удивлять своих клиентов, превосходить их ожидания.

Данный принцип предусматривает умение видеть наперёд желания и потребности клиента и способность к их выявлению, а также быстрое реагирование на изменения во внешней и внутренней среде. Например, гость приходит в ресторан с ноутбуком, хостес может сразу предложить занять столик с розеткой поблизости. Если гости приходят с детьми, то можно предложить ребёнку цветные карандаши и раскраски, детские книги;

7) обучение сотрудников. Повышение квалификации, проработка профессиональных навыков и умений только улучшит работу сотрудников [6], расширит их диапазон знаний и умений, которые они смогут применять в работе;

8) мотивация сотрудников делится на материальную (доплата, надбавка, премия) и нематериальную. Нематериальная мотивация ориентирована на создание позитивного настроения и высокую производительность труда, когда сотрудники получают бонусы не в денежном эквиваленте, а за счёт других способов. Например, сюда можно отнести обеспечение карьерного роста, развитую корпоративную культуру компании, профессиональное развитие, поощрение лучших сотрудников.

Выводы. Гостиница уровня «5 звёзд» – это целый многоуровневый комплекс, который предоставляет широкий спектр услуг, помимо проживания и питания. Сотрудники сферы гостеприимства многофункциональны и мобильны, достаточно коммуникабельны и образованы, обладают высокой стрессоустойчивостью. Для поддержания качества и соответствия потребностям гостей проводятся маркетинговые исследования и обработка обратной связи. Также периодически организуются тренинги и лекции для сотрудников в целях поддержания их профессионального тонуса. Только непрерывное движение в сторону совершенствования, фокусировка на интересах клиентов и преследование благой цели для общества и мира в целом позволят добиться признания и оставаться на высоких позициях.

Перспективу дальнейших исследований мы видим в разработке и проведении деловых имитационных игр, направленных на детальное изучение функционирования гостиничных предприятий, в использовании в подготовке будущих специалистов таких средств, как мультимедийное сопровождение, видеоролики и внедрение информационных технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Правила гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2006 года № 471.
2. Правовые акты. URL: <http://www.mst.by/ru/search-law-base-ru/> (дата обращения: 12.05.2021).
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма : учебник. Минск : Новое издание, 2004. С. 132–134.

4. Бренд или продукт – как воспринимает ваш проект покупатель? URL: <https://vc.ru/marketing/158251-brend-ili-produkt-kak-vostrinimaet-vash-proekt-pokupatel> (дата обращения: 12.05.2021).
5. Чего ожидает гость в современном отеле? URL: <https://hotel-academy.biz/blog/chto-ozhidaet-gost-v-sovremennom-otele-2> (дата обращения: 12.05.2021).
6. Клиентский сервис, как «Золотой ключик» к успешному развитию бизнеса. URL: <https://arsales.in.ua/klientskij-servis-pravila/> (дата обращения: 12.05.2021).

REFERENCES

1. Pravila gostinichnogo obsluzhivaniya v Respublike Belarus': Postanovlenie Soveta Ministrov Respubliki Belarus' ot 7 aprelya 2006 goda №471 [Rules of hotel service in the Republic of Belarus].
2. Pravovye akty [Legal acts]. URL: <http://www.mst.by/ru/search-law-base-ru/> (accessed 15 May 2021)
3. Kabushkin N.I. Menedzhment turizma: uchebnyk [Tourism Management]. Minsk : Novoe izdanie, 2004. P. 132–134.
4. Brend ili produkt – kak vostrinimaet vash proekt pokupatel'? [Brand or product-how does the customer perceive your project?]. URL: <https://vc.ru/marketing/158251-brend-ili-produkt-kak-vostrinimaet-vash-proekt-pokupatel>. <http://www.mst.by/ru/search-law-base-ru/> (accessed 12 May 2021)
5. Chego ozhidaet gost' v sovremennom otele? [What does a guest expect in a modern hotel?]. URL: <https://hotel-academy.biz/blog/chto-ozhidaet-gost-v-sovremennom-otele-2> (accessed 12 May 2021)
6. Klientskiy servis, kak “Zolotoy klyuchik” k uspeshnomu razvitiyu biznesa [Customer service as the “Golden key” to successful business development]. URL: <https://arsales.in.ua/klientskij-servis-pravila/> (accessed 12 May 2021)