

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ,  
СПОРТА И ТУРИЗМА»  
ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА  
КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

## КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Сервисная деятельность»

на тему:

«Профессиональная этика и этикет при реализации услуг»

Выполнила: студентка 2 курса

гр. 5331

Андреева Мария

Руководитель: к. э. н.,

ст.преп. Кулягина Н.Г.

Казань- 2017

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы изучения профессиональной этики и этикета.....	4
1.1 Сущность и виды профессиональной этики.....	4
1.2. История происхождения профессиональной этики.....	5
1.3. Основные функции и принципы профессиональной этики.....	6
2. Специфика реализации профессиональной этики и этикета в сфере услуг на примере деятельности гостиницы «Гранд Отель Казань».....	10
2.1 Общая организационно-экономическая характеристика деятельности «Гранд Отель Казань».....	10
2.2. Этика и этикет общения работников с клиентами гостиницы «Гранд Отель Казань».....	13
2.3. Совершенствование корпоративной культуры гостиницы «Гранд Отель Казань».....	16
Заключение.....	20
Библиографический список.....	21
Приложения.....	24

## Введение

Актуальность темы. В наше время сервисная деятельность в большей степени, чем какая-либо другая деятельность человека, зависит от морального, профессионального, культурного облика субъектов деловых отношений. Сущность взаимодействия в области сервиса сводится к тому, что одна сторона выгодным для себя образом предлагает товар услугу, а другая желает выгодно получить эту услугу, причем услуга должна быть качественной, а ее получение — комфортным. То есть возникает ситуация «продавец» — «покупатель». Задача субъекта деловых отношений, то есть «продавца» — привлечь и удержать объект. Именно поэтому следование законам профессиональной этики и этикета очень важно в сервисной деятельности.

Целью данного исследования является изучение на основе различных источников профессиональной этики и этикета. Исходя из цели исследования, были поставлены и последовательно решены следующие задачи:

- 1) раскрыть содержание понятий «профессиональная этика и этикет»;
- 2) рассмотреть профессиональные этические отношения в рамках гостиничного комплекса «Гранд Отель Казань»;
- 3) определить уровень сформированности профессиональной этики и этикета гостиничном комплексе «Гранд Отель Казань».

Объект исследования – профессиональная этика и этикет при реализации услуг в сервисной деятельности.

Предметом исследования является профессиональная этика гостиничного комплекса «Гранд Отель Казань».

При решении этих задач были использованы следующие методы исследования:

- 1) историко-теоретический метод (изучение литературы, учебно-методических источников);
- 2) статистический метод (наблюдение за процессом, сравнительно-сопоставительный анализ результатов).

# **1. Теоретические основы изучения профессиональной этики и этикета**

## **1.1. Сущность и виды профессиональной этики**

Регулировать нравственные отношения людей в трудовой деятельности призвана профессиональная мораль. Она рождается в рамках конкретной деятельности, образуя одну из сторон этой деятельности. Ее функция – обеспечить такое поведение членов профессиональной группы, при котором данная деятельность приносит наилучшие результаты, оправдывая свое общественное предназначение. Поэтому профессиональная мораль непосредственно включена в технологический процесс деятельности каждого члена трудовой группы, ориентируя его личностные устремления на выработанные стандарты поведения.

Согласно «Философскому словарю» Т.И. Фроловой, профессиональная этика – это так называемые кодексы поведения, обеспечивающие нравственный характер тех взаимоотношений между людьми, которые вытекают из их профессиональной деятельности [23, с. 114]. Другое определение данного понятия дает В.Н. Скворцова: «профессиональная этика – наука о профессиональной морали как совокупности идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих отношения между людьми, складывающиеся в процессе труда и вытекающие из содержания их профессиональной деятельности. Профессиональная этика вместе с тем – это нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология» [19, с.26].

Каждому роду человеческой профессиональной деятельности соответствуют определенные виды профессиональной этики со своими специфическими особенностями:

- врачебная этика (изложена в «Этическом кодексе российского врача»),

1994 г.).

- биомедицинская этика («Клятва Гиппократата»).
- профессиональная этика журналиста.
- деловая (экономическая) этика, это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику.
- этика менеджмента наука, рассматривающая поступки и поведение человека, действующего в сфере управления, и функционирование организации как «совокупного менеджера» относительно своей внутренней и внешней среды в том аспекте, в каком действия менеджера и организации соотносятся с общечеловеческими этическими требованиями.

## **1.2. История происхождения профессиональной этики**

Этика относится к древнейшим наукам, и возникла на рубеже V–IV вв. до н.э. Официально её родоначальником считается Аристотель. Слово «этика» происходит от древнегреческого слова «этос» – дом, очаг (во времена Гомера, 7 в. до н.э.), а позднее – нрав, обычай, характер. По Аристотелю, цель этики не знания вообще, а оценка поступков и их содержания, а главной задачей этики является исследование человеческих отношений в их наиболее совершенной форме. Она должна помочь человеку осознать главные цели своей жизнедеятельности и решить вопрос о возможности воспитания в государстве добродетельных граждан [2, с. 112].

Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI–XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. Однако ряд профессий, имеющих жизненно важное значение для всех членов общества, возникли в

глубокой древности, и поэтому, такие профессионально-этические кодексы, как «Клятва Гиппократ», нравственные установления жрецов, исполнявших судебные функции, известны гораздо раньше.

Появление профессиональной этики во времени предшествовало созданию научных этических учений, теорий о ней. Повседневный опыт, необходимость в регулировании взаимоотношений людей той или иной профессии приводили к осознанию и оформлению определенных требований профессиональной этики.

Профессиональная этика зародилась в рамках конкретных видов деятельности, выступив в качестве нормативного начала в поведении специалистов. На основе тех вариантов личностных проявлений, которые профессиональное сознание трудовой группы признало наиболее предпочтительными для данной деятельности, профессиональная этика создает стандарты профессионального поведения, оформляемые в виде специфических документов – клятв, уставов, кодексов.

Профессиональная этика, возникнув как проявление повседневного морального сознания, зародилась в рамках конкретных видов деятельности, затем уже развивалась на основе обобщенной практики поведения представителей каждой профессиональной группы, выступив в качестве нормативного начала в поведении специалистов. Эти обобщения содержались как в писаных, так и неписаных правилах поведения.

Большую роль в становлении и усвоении новой профессиональной этики играет общественное мнение. Нормы с борьбой мнений. Отмечается взаимосвязь профессиональной этики и общественного сознания. Различные виды профессиональной этики имеют свои традиции, что свидетельствует о преемственности основных этических норм, выработанных представителями той или иной профессии на протяжении столетий.

## **1.2. Основные функции и принципы профессиональной этики**

Функции профессиональной этики определяются множеством факторов, основными из которых являются сущность, содержание и направленность профессии. В.Н. Скворцова в своей книге «Профессиональная этика и этикет» выделяет следующие функции профессиональной этики:

1) *оценочная* – дает возможность оценки поведения, действий, намерений, целей, задач, средств и т.д. специалиста с точки зрения соответствия моральным нормам;

2) *регулятивная* – вытекает из потребности регулировать поведение специалиста в соответствии с сущностью профессии;

3) *организационная* – служит улучшению организации деятельности сотрудников и партнеров;

4) *управляющая* – является средством управления действиями сотрудников и партнеров в ходе решения профессиональных задач;

5) *мотивационная* – формирует социально и профессионально одобряемые мотивы деятельности;

6) *координирующая* – обеспечивает сотрудничество всех участников процесса профессиональной деятельности;

7) *регламентирующая* – направляет и обуславливает выбор целей, методов и средств в профессиональной деятельности;

8) *воспроизводственная* – позволяет воспроизводить подобные действия в подобных ситуациях;

9) *воспитательная* – воспитывает не только специалистов, профессионалов, но и клиентов и социальное окружение клиентов;

10) *коммуникативная* – помогает организовать общение сотрудников друг с другом и с клиентами;

11) *оптимизирующая* – способствует повышению эффективности профессиональной деятельности, повышению статуса профессии в обществе;

12) *стабилизирующая* – способствует стабилизации профессиональных отношений на всех уровнях их проявлений;

13) *рационализирующая* – облегчает специалисту выбор целей, методов и средств, принятие решений;

14) *превентивная* – предостерегает профессионала от действий, приносящих вред клиенту, организации, обществу;

15) *прогностическая* – позволяет прогнозировать действия и поведение отдельных сотрудников и их коллективов;

16) *разрешения противоречий* – способствует разрешению, устранению и сглаживанию противоречий, возникающих в процессе профессиональной деятельности;

17) *информационная* – приобщает специалистов к системе ценностей их профессии и профессиональной морали;

18) *социальная* – способствует созданию условий, благоприятных для функционирования специалистов данной сферы в обществе;

19) *социализирующая* – служит делу приобщения носителей данной профессии к господствующей в обществе системе ценностей и морали [19, с. 21-22].

Как отмечает В.Н. Скворцова, под профессионально-этическими принципами деятельности следует понимать «предельно общие ориентиры профессиональной деятельности, указывающие на общую стратегию профессионального поведения, но не регламентирующие порядок конкретных операций». Они носят универсальный характер, формулировки их в разных кодексах несколько отличаются друг от друга, однако суть совпадает, поэтому они вполне могут претендовать на роль методологической базы профессионально-нравственного поведения [19, с. 35].

*Принцип первый:* соблюдать приоритет общественных интересов и общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми, проявляя во всех случаях профессионального поведения гражданскую зрелость.

*Принцип второй:* соблюдать международные правовые акты и законы своей страны, соблюдать права человека, проявляя уважение к демократическим институтам общества.

*Принцип третий:* соблюдать общепринятые нормы морали, а также стандарты культуры взаимоотношений, проявляя глубокую человеческую порядочность, воспитанность, уважение к чести и достоинству личности.

*Принцип четвертый:* выполнять все профессиональные действия обдуманно, честно, тщательно, проявляя добросовестность и настойчивость, а при необходимости – мужество.

Профессионально-нравственные принципы – это именно заповеди. По мнению Лазутиной Г.В., такие принципы – это базисные правила морального поведения, представление о которых может быть получено в результате изучения тех условий, которые определяют успешность деятельности и, следовательно, выступают в качестве факторов, формирующих оптимальные варианты профессионального поведения специалистов [11, с. 46]. Критериями, определяющими профессионально-нравственные принципы, выступают:

- 1) объективные законы взаимодействия данной профессиональной общности и общества, с большей или меньшей точностью отраженные в науке;
- 2) условия, диктующие такое профессионально-нравственное поведение, при котором эти законы во всех случаях профессиональной деятельности могут реализоваться наилучшим образом.

Таким образом, главной особенностью профессионально-нравственных принципов является их универсальный характер. Это профессиональные нравственные заповеди, следуя которым никогда не забудешь о чувстве ответственности, не уронишь своего профессионального достоинства, не запятнаешь профессиональной чести, будешь жить в ладу с профессиональной совестью.

## **2. Специфика реализации профессиональной этики и этикета в сфере услуг на примере деятельности гостиничного комплекса «Гранд Отель Казань».**

### **2.1. Общая организационно-экономическая характеристика деятельности.**

«Гранд Отель Казань» - это сверхсовременная гостиница, расположена в самом центре города Казани, на «Кольце» (как принято называть его среди жителей нашего мегаполиса).

В гостинице «Гранд Отель» будет уютно любому путешественнику – родителям с детьми, деловым людям, одиноким туристам, а также и дружному коллективу небольшой компании, желающей отдохнуть в приятельском окружении. Здесь тишина и уютная атмосфера сочетается с благожелательностью и интеллигентностью персонала. Обслуживание на высочайшем уровне поможет разрешить все вопросы, не затрачивая на это излишне много времени.

В этом современном 17-этажном комплексе с полной инфраструктурой предлагается 215 просторных номеров различной категории с чарующим видом на город. Номера сочетают в себе классический стиль интерьера и современные удобства. Гостиница располагает номерами различной категории:

- стандарт;
- студия;
- люкс;
- президентский номер.

Все номера выполнены в индивидуальных стилях. В каждом номере есть кондиционер, холодильник и минибар, телевизор, беспроводной интернет, телефон, а также сейф. Индивидуальные ванные комнаты, совмещенные душ и ванна. Предоставляются бесплатные туалетные принадлежности и фен.

Кроме того в гостинице «Гранд» есть такие рестораны, как:

- «Кольцо» - гордость отеля, где представлены разнообразные и любимые всеми блюда европейской кухни, а также специальные предложения из русского и татарского меню.
- «Лобби бар 24/7» - самое романтичное и уютное место отеля, где 24 часа в сутки, 7 дней в неделю можно заказать всевозможные закуски и напитки из меню. Для всех отдыхающих в Лобби баре, напоминающем своей обстановкой огромную палубу, где, бирюзовые диванчики и кресла подчеркивают заданную морскую тематику.
- Стейк-бар «Buffalo»- предлагает разнообразное меню, здесь можно найти классические стейки, эффектно приготовленные на японском тепане и блюда, которые готовят только там.

Для проведения мероприятий предоставляется следующее: конференц-залы и конференц-залы, оборудованные всей необходимой техникой для успешной и плодотворной работы. В помещении бизнес-центра можно провести любое мероприятие, от небольшой пресс-конференции до международного семинара.

Можно воспользоваться разнообразными возможностями для отдыха и развлечений, такими как закрытый бассейн, сауна и фитнес-центр.

Преимущества гостиницы «Гранд»:

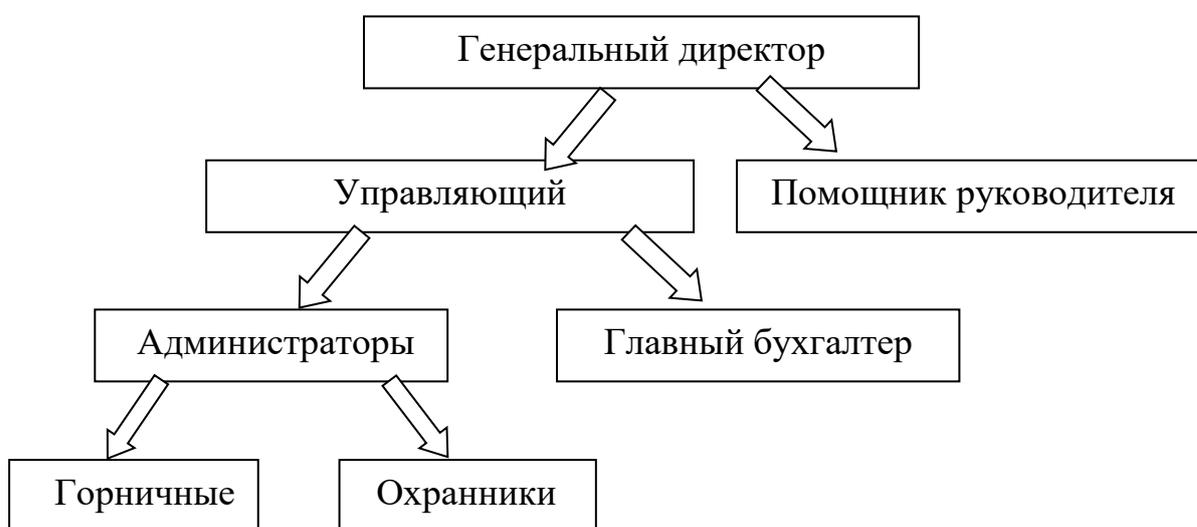
1. Уникальное месторасположение. Рядом с гостиницей расположены все основные достопримечательности города;
2. Специальные программы проживания. Специальные тарифы для молодоженов, тарифы выходного дня, а также завтрак, включенный в стоимость номера;
3. Уютные комфортные номера. В каждом номере современная обстановка, телевизор, холодильник, телефон, удобства (санузел, раковина, душ или ванна/душевая кабина), фен, чайник, халат, тапочки, туалетные принадлежности т.д.:

4. Полный спектр конференц-услуг. Конференц-залы различной вместимости: от 20 до 450 человек с полным комплектом современного оборудования. Организация кофе-брейков, обедов, фуршетов;

5. Теплая атмосфера. Доброжелательный персонал, спокойная обстановка, достойные условия для работы и отдыха.

Каждая гостиница имеет свои особенности организационной структуры. Чем конкретнее и четче выглядит структура гостиницы, тем лучше гостиница работает и быстрее окупается. Поскольку у каждой гостиницы есть свои особенности, структура может меняться. Но есть основные составные части, которые присутствуют всегда в любой гостиничной структуре, независимо от того, к какой категории она относится.

Схема 1. «Организационная структура гостиничного комплекса «Гранд Отель Казань»



Общеизвестно, что успех любого бизнеса зависит от его правильной организации. Гостиничный бизнес не является исключением из этого правила, поэтому организационная структура в очень высокой степени влияет на абсолютное большинство показателей деятельности предприятия. Чтобы оперативно и качественно оказывать клиентам заявленный диапазон услуг, гостиница должна будет иметь отлаженный механизм предоставления таких

услуг. Кроме того, исключительно важным фактором является гармония в деятельности всех структурных подразделений гостиницы, так как гостиничный бизнес характеризуется не только большим числом персонала с различными навыками и компетенцией, но и разнообразными видами взаимоотношений (связей) между его работниками (персоналом и менеджментом), а также структурными подразделениями (отделами).

И хотя правильно спроектированная организационная структура сама по себе не является достаточным условием для успешной деятельности гостиницы, ее отсутствие делает невозможной организацию эффективной работы всего предприятия независимо от уровня квалификации и компетентности менеджеров и персонала.

Итак, уютные номера, зал для семинаров и банкетов, бизнес центр, рестораны и кафе, ночной клуб – все это очень привлекательный фон для комфортного проживания, свадебных торжеств и солидных деловых встреч.

## **2.2 Этика и этикет общения работников с клиентами гостиницы «Гранд Отель Казань»**

Деловое общение – необходимая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей.

Очень большое значение при приеме клиентов в гостиницу имеет соблюдение определенного стиля обслуживания, то есть совокупности определенных правил и норм поведения персонала при обслуживании гостей гостиницы.

Каждый из сотрудников гостиницы вносит свой вклад в создание у гостя хорошего впечатления о гостинице. Поэтому, разговаривая по телефону,

общаясь лично или в письменной форме, персонал гостиницы "Гранд Отель" обязан вести себя доброжелательно как с гостями, так и с коллегами. Независимо от интерьера и условий проживания в гостинице крайне важным остаются уровень обслуживания и общение с клиентом.

Каждый сотрудник гостиницы должен понимать, что качество - это недоступная роскошь, а неусыпное внимание к потребностям гостей. Персонал любой гостиницы должен быть открыт для перемен и новых путей постоянного совершенствования обслуживания гостей.

Каждый член коллектива становится единым целым с теми товарами и услугами, которые предоставляет гостиница.

Культура поведения гостиничного работника включает в себя все стороны внешней и внутренней культуры человека: правила обхождения и обращения, умение правильно выражать свои мысли, соблюдать речевой этикет. Очень важно также, чтобы персонал следил за своим внешним видом. Вежливость свидетельствует о культуре человека, его отношении к работе и к коллективу. Очень важно быть тактичным во взаимоотношениях с гостями. Мы выделяем ряд факторов тактичного поведения гостиничных работников:

Главный из них - это умение не замечать ошибок и недостатков в поведении гостей, не акцентировать на них внимание, не проявлять излишнего любопытства к их одежде, обычаям, традициям.

Нельзя задавать ненужных вопросов, рассказывать о своих делах, проявлять назойливость;

Нельзя показывать гостю, нравится он тебе или нет, делать ненужные замечания, читать нравоучения, высказывать различные претензии, расспрашивать гостей об их личной жизни;

Необходимо вести себя тактично и по отношению к посетителям - нельзя расспрашивать их о цели их визита, а также заходить в номер без разрешения проживающего. Тактичность проявляется и во внимании к гостю. Если гость заболел, нужно помочь ему достать лекарство, позвонить по телефону.

Особенно внимательным и тактичным надо быть по отношению к пожилым людям, прощать их слабости;

Достоинство и скромность - обязательные для гостиничного работника черты человеческого характера;

Если скромность требует сдержанности в общении, то дисциплина - чувство ответственности за порученный участок работы;

Обслуживающий персонал всегда должен помнить, что этаж или комната горничных - это, прежде всего служебные помещения, а персонал, занятый в смене, находится при исполнении служебных обязанностей;

Культура поведения и общения связаны и с понятием культуры речи. Гостиничному работнику необходимо грамотно, ясно излагать свои мысли.

Язык персонала должен быть красивым как при общении с клиентом лично, так и в письмах и по телефону.

Можно сказать, что гостиница "Гранд Отель Казань" рассматривает следующие правила, которые персонал должен учитывать при обслуживании своих клиентов:

- нет лучшего рекламного агента, чем довольный гость;
- гость никогда не замечает, что вы для него сделали, но прекрасно видит, что вы не сделали для него;
- нужно много времени, чтобы завоевать доверие гостя, но очень мало чтобы его, потерять;
- нет значительных гостей, хорошее обслуживание учитывает интересы каждого;
- не гость должен приспосабливаться к персоналу, а персонал гостиницы к нему;
- гость не может вам мешать, он - цель вашей работы. Не вы оказываете услугу, давая разъяснения, а он вам тем, что обратился к вам;
- ваша работа заключается в удовлетворении желаний гостя;

- не делайте различий по внешнему виду и одежде гостей;
- обслуживание гостя - дело каждого сотрудника гостиницы;
- вы не должны показывать разочарования, если гость не остановился в вашей гостинице: вы должны быть к нему вежливым в любом случае, чтобы в будущем он захотел к вам вернуться.

Таким образом, соблюдение норм и правил делового общения является одним из решающих факторов в формировании имиджа гостиничного предприятия.

### **2.3 Совершенствование корпоративной культуры гостиницы «Гранд Отель Казань»**

В последнее время стало уделяться много внимания корпоративному имиджу – образу гостиничного предприятия в представлении клиентов. Он непосредственно влияет на конкурентоспособность, ускоряет и увеличивает объемы продаж. Это инструмент достижения стратегических целей гостиничного предприятия, ориентированных на перспективу. Для понимания глубинных процессов функционирования гостиничного предприятия, необходимо проанализировать его корпоративную культуру - совокупность ценностей, норм и правил, принятых на нем и обусловленных его целями, которые поддерживают все сотрудники.

Корпоративная культура выполняет функцию внутренней интеграции всех сотрудников компании, как управленческого, так и обслуживающего персонала. Корпоративная система ценностей зависит от целей и миссии предприятия и внедряется в коллектив с помощью внутрифирменной философии, оформленной в виде памятки для сотрудников. Памятки поведения сотрудников в соответствии с внутрифирменной философией предприятия в «Гранд Отель Казань» нет, а, к сожалению, устное

проговаривание целей предприятия в целом и сотрудника в нем не имеют необходимого эффекта.

Следует отметить, что персонал гостиницы «Гранд Отель» – это в основном люди среднего возраста (от 25 до 45 лет), 59% женщин и 41% мужчин, 58% сотрудников имеют высшее образование, причем некоторые имеют специальное образование в сфере гостиничного бизнеса и владеют иностранным языком.

Несмотря на положительную атмосферу, которая чувствуется в стенах гостиницы «Гранд Отель Казань», можно выделить ряд отрицательных моментов в формировании имиджа гостиничного предприятия:

- недостаточно продуманы средства управления мотивацией сотрудников;
- недостаточно продуманы средства распространения текущей внутрифирменной информации для сотрудников;
- отсутствует памятка для сотрудников гостиницы излагающая внутрифирменную философию и стандарты обслуживания гостей, принятые на предприятии.

Корпоративная культура – элемент стратегической важности, он может принести много выгод. Необходимо осуществлять деятельность по внедрению и укреплению традиций компании для создания и поддержания корпоративного духа и корпоративной культуры.

1. Проводить совместные корпоративные вечеринки по случаю календарных праздников и особых праздников компании. Проведение совместной корпоративной вечеринки по поводу празднования, например, Нового года или Дня основания компании, позволяет поближе познакомиться всем сотрудникам компании в неформальной обстановке, сплотить коллектив, разгрузить напряженную трудовую атмосферу. На таких вечеринках руководство предприятия может преподнести небольшие подарки

сотрудникам или просто сказать несколько приятных слов благодарности каждому сотруднику.

2. Разработать корпоративный стандарт поведения сотрудников гостиничного предприятия «Гранд Отель Казань». Корпоративный стандарт отражает миссию и цели предприятия, его внутрифирменную философию. Каждый работник отеля обязан изучить эту памятку и строго соблюдать все включенные в нее пункты. Изучение памятки является частью производственного обучения персонала.

3. Проводить мероприятия по управлению мотивацией сотрудников. Проводить конкурсы типа «Лучший сотрудник месяца», «Лучший сотрудник года». Рекомендуется подводить итоги конкурса в конце каждого месяца, лучший сотрудник года определяется среди 12 лучших сотрудников каждого месяца. Критериями для выбора сотрудников могут стать, например, обслуживание клиентов на высоком уровне, соблюдение корпоративного стандарта поведения, благополучное и достойное разрешение конфликтной ситуации с клиентом, рекомендации сослуживцев, которые наблюдают работу сотрудников ежедневно, благодарности клиентов и прочее.

4. Внедрить систему материальных и моральных поощрений. Награждение сотрудников следует производить по итогам конкурсов, стажа работы на предприятии, по усмотрению руководства и т.д. К материальным поощрениям можно отнести премии, подарки, дополнительные выходные дни, сертификат на обучение и т.д. К моральным поощрениям относятся благодарности (причем не только объявленные сотруднику на работе, но и более эффективный способ благодарности – отправка письма по почте на домашний адрес, где родственники работника так же могут узнать о его достижениях и гордиться им), поздравления с личными праздниками и событиями. Данные знаки внимания позволяют сотруднику ощутить себя нужным в коллективе, и, со своей стороны, стремится соответствовать этому коллективу. Персонал должен чувствовать, что гостиница, которой они

отдают свои силы, представляет собой как бы продолжение их дома, семьи, что проработанные здесь годы всегда будут что-то значить.

5. Проводить анкетирования и опросов посетителей с целью коррекции стратегии обслуживания, организационной структуры, этических и моральных принципов. В качестве примера в приложении приводится «Анкета гостя».

Подводя итог, можно сказать, что вышеперечисленные средства направлены на формирование положительной атмосферы внутри гостиницы и воспитание духа корпоративного единства и повышение качества предоставляемых услуг.

## Заключение

Проведенное нами исследование по направлению «Профессиональная этика и этикет при реализации услуг» позволило нам сделать ряд ключевых выводов по поставленным в курсовой работе задачам, а именно:

1. Профессиональная этика и этикет являются важными компонентами профессиональной культуры любого специалиста и представляют собой совокупность моральных норм и правил, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу; к людям, с которыми он связан в силу характера своей профессии. Она всегда выстраивает свои отношения на общих, морально-этических нормах и ценностях общества, но при этом определяет профессионально значимые приоритеты, целевые установки для конкретной профессиональной деятельности.
2. Говоря о гостинице «Гранд Отель Казань», которую мы проанализировали, можно сделать вывод о том, что, она является сильным конкурентом на рынке услуг благодаря качественному обслуживанию и соответствию этическим нормам сервисной деятельности.

Таким образом, для того чтобы организовывать свои отношения с потребителями на таких основах, которые рассматриваются как одобряемые и желательные, поощряются теорией и практикой сервиса, то есть делают его эффективным и приятным для всех участников взаимодействия в этой сфере, сотрудникам сервисных предприятий необходимо хорошо владеть профессиональными этическими нормами и стандартами.

## Библиографический список

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] / Г.А. Аванесова. – М., 2011.
2. Асмус В. Ф. Античная философия [Текст] / В. Ф. Асмус– М.:Наука, 2011. – 120 с.
3. Васнева Н. Н. Этикет как феномен культуры [Электронный ресурс]/ Н. Н. Васнева. – Режим доступа:  
<http://www.sociology.mephi.m/docs/kulturologia/vasneva.html>. – (Дата обращения: 15.05.2017).
4. Власова Т.И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма: учебное пособие [Текст] / Т.И. Власова. – СПб, 2008. – 321 с.
5. Воробьева И.В. Этические аспекты функционирования организации в условиях современного информационного общества [Текст] // Научные труды Государственного института управления и социальных технологий БГУ/ [редкол.: П.И. Бригадин и др.]. – Минск, 2012. – 211 с.
6. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково - словообразовательный [Текст] / Т.Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2014. – 704 с.
7. Загорская Л. М. Профессиональная этика и этикет: учебное пособие [Текст] / Л.М. Загорская. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. – 292 с.
8. Золотухина-Аболина Е.В. Современная этика: Учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. [Текст] / Е.В. Золотухина-Аболина. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2005. – 416 с.
9. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: учебное пособие [Текст] / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 368 с.
10. Лавриненко П.А. Психология и этика делового общения: Учебник для ВУЗов [Текст] / П.А. Лавриненко. – М.: Юнитана-Дана, 2010 – 326 с.

11. Лазутина Г.В. Профессиональная этика: учебное пособие [Текст] / Г.В. Лазутина – М.: Аспект Пресс, 2000. – 258 с.
12. Лакофф Р. Язык и место женщины [Текст] / Р. Лакофф. – Оксфорд академ, 2007. – 482 с.
13. Лич Дж. Принцип вежливости [Текст] / Дж. Лич. – М.: Наука, 2006. – 211 с.
14. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений [Текст] / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное/ С.И. Ожегов – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
15. Официальный сайт гостиницы «Гранд Отель» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandhotelkazan.ru/>. -(Дата обращения: 05.05.2017).
16. Панова, Е. Этапы мотивационного аудита / Е. Панова. – 18/05/2009 // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 04. – С. 30-34.
17. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации [Текст] / Г.Г. Почепцов – М.: Ваклер, 2013. – 656 с.
18. Сайт Бронирования «Ostrovok» [Электронный ресурс]. –Режим доступа: [https://ostrovok.ru/hotel/russia/kazan/id121362/grand\\_otel\\_kazan/#](https://ostrovok.ru/hotel/russia/kazan/id121362/grand_otel_kazan/#). – (Дата обращения: 30.04.2017).
19. Скворцова В.Н. Профессиональная этика и этикет: Учебное пособие/ Томский политехн. ун-т/ В.Н. Скворцова – Томск, 2007. – 107 с.
20. Солоницина А.А. Профессиональная этика и этикет: Учебное пособие [Электронный ресурс]/ Солоницина А.А. –Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/>. – (Дата обращения: 14.05.2017).
21. Стернин И., Панферова Н. Кодекс корпоративной этики: каждой компании - свой кодекс [Электронный ресурс]/ И Стернин, И. Панферова. – Режим доступа: <http://www.iteam.ru/publications/corporation/>. – (Дата обращения: 15.05.2017).
22. Тихонов А.Н., Хашимов Р.И. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий [Текст] /А.Н. Тихонов, Р.И. Хашимов. – Изд-во Флинта, 2008 – 840 с.

23. Фролова Т.И. Философский словарь [Текст] /Т.И. Фролова. – М.: Республика, 2009. – 720 с.
24. Шаронов И.А. Столкновение этикетных норм: церемонность и простота в обращении [Текст] / Московский лингвистический журнал/ И.А. Шаронов. – Рос. гос. гуманитарный ун-т. – 2011; Т. 7, № 2: Речевой этикет: семантика и прагматика: темат. вып. – 180 с.
25. Швейцер А. Культура и этика [Текст] /А. Швейцер. – М.: Прогресс, 2013. – 315 с.
26. Ягер Дж. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса [Текст] / Дж. Ягер. – М.: Джон Уайли энд Санз, 2002. – 288 с.

## Приложения

### Приложение 1

#### АНКЕТА ГОСТЯ

Уважаемый гость!

Мы благодарим Вас, за то, что воспользовались услугами нашей гостиницы.

Мы постоянно совершенствуемся, поэтому Ваше мнение для нас очень важно.

Просим Вас уделить несколько минут и заполнить анкету

**1. Где Вы встречали информацию о нас? (подчеркните Ваш вариант ответа)**

- турагентство;
- интернет;
- СМИ (реклама);
- порекомендовали знакомые;
- ваш вариант \_\_\_\_\_.

**2. Как Вы обычно бронируете номер? (подчеркните Ваш вариант ответа)**

- по интернету;
- по звонку;
- факсовое подтверждение;
- через турагентство;
- другой вариант \_\_\_\_\_.

**3. Каков Ваш возраст? (подчеркните Ваш вариант ответа)**

- 20-30 лет;
- 30-40 лет;
- 40-50 лет;
- старше 50 лет.

**4. В каких целях вы остановились в городе? (подчеркните Ваш**

*вариант ответа)*

– туризм;

– командировка;

– бизнес;

– другое \_\_\_\_\_.

**5. Ваше постоянное место жительства:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

**6. Оцените Ваш номер по 5-балльной шкале (*поставьте галочку возле цифры — тут и далее*):**

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**7. Оцените обслуживание номера по 5-балльной шкале:**

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**8. Какие у Вас есть замечания по обстановке номера или его обслуживанию?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

**9. Оцените ресторан при гостинице по 5-балльной шкале:**

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**10. Какие блюда вы пробовали, что вам понравилось, а что нет?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

**11. Как вы в целом оцениваете работу обслуживающего персонала?**

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**12. Оцените степень удовлетворенности Вашего пребывания в отеле по 5-балльной шкале:**

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**13. Если Вы снова окажетесь в городе, какой отель Вы выберете?**

- снова вернусь в Ваш;*
- выберу другой, дешевле;*
- выберу другой, выше по уровню обслуживания;*
- сориентируюсь по ситуации.*

**14. Чего недостает, на Ваш взгляд, нашему отелю?**

---

\_\_\_\_\_.

**15. Хотели бы Вы принимать участие в наших акциях, получать скидки и новости от нас?**

*Если да, оставьте, пожалуйста, Ваш e-mail:*

---