

Гишук Роман

к.г.н., доцент

Чернівецького торговельно-економічного
інституту ДТЕУ,

Чебан Андрій

здобувач вищої освіти Чернівецького торговельно-
економічного
інституту ДТЕУ

ФОРМУВАННЯ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ РОБОТИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх головних цілей. Історія розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом якості. Перед готелем стоїть завдання надання і підтримки якості обслуговування на належному рівні, своєчасного усунення недоліків у наданні послуг, розробки стратегії поліпшення обслуговування.

Якість обслуговування – це сукупність властивостей та ступеня корисності послуг, що зумовлена здатністю задовольняти споживчі потреби готельних послуг [4].

Провідною ідеєю управління якістю послуг є орієнтація на клієнта, тому при наданні послуг персонал готелю повинен керуватися такими настановами:

- клієнт є найважливішим і він завжди правий;
- клієнт незалежний від готелю, це готель залежний від нього;
- клієнт не заважає праці цього закладу, а є її ціллю;
- готель не робить послугу, обслуговуючи клієнта. Це клієнт робить послугу, приходячи сюди;

- клієнт не є позицією у статистичному звіті, а людиною – особистістю з своїм характером, емоціями і переживанням;

- клієнт заслуговує на таку частку уваги та приязні зі сторони готелю, яку той може йому присвятити.

Якщо ж спробувати дати коротке визначення якості послуги, то це б могло б виглядати наступним чином: «Якість – це повне забезпечення потреб клієнта за власних мінімальних витрат».

Для підвищення якості пропонувананих послуг готелем розробляються певні стандарти обслуговування. Стандарти якості обслуговування – це критерії, що необхідні для втілення в життя результативності системи якості менеджменту. Під стандартами обслуговування розуміють сукупність операцій, у яких задіяний персонал і сприяють задоволенню гостей із максимальним ефектом. Стандарт обслуговування – це комплекс обов’язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що гарантують встановлений рівень якості всіх операцій по виробництву. Стандарт обслуговування визначає критерії аналізу якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого працівника готельної галузі. Загалом, успіх готельного підприємства є вмінням його менеджерів передбачити будь-яке потенційне бажання клієнта. Базуючись на сказаному, нагально розробляти стандарти обслуговування для підприємства, враховуючи вимоги міжнародного та національного зразка. Стандарти повинні бути гнучкими і враховувати бажання клієнтів, надто постійних, а також уписуватися в концепцію підприємства. Під стандартами розуміють не тільки коректну технологію обслуговування гостей, але і ставлення персоналу до власної роботи, до клієнтів тощо [2].

Рівень готельного обслуговування надзвичайно залежить від системи менеджменту підприємства. Керівник формує стосунки в організації, мотивує членів трудового колективу до досягнення її мети. Мотивація є одним з найважливіших чинників, на якому базується поведінку працівника трудового процесу [1].

Часто причиною невдалого обслуговування є не відсутність якого-небудь коштовного обладнання та «нецікавого» інтер'єру, а сервіс. Тому кожен готель повинен мати власний кодекс нормативів, які стосуються:

- поведінки;
- зовнішнього вигляду працівників;
- технологічного процесу;
- знань іноземних мов в рамках професії;
- знань концепції готелю та її структури [3].

Обов'язковою умовою задоволення потреб вищого ряду за пірамідою американського психолога Маслоу, а власне потреб уваги, визнання, самореалізації, є, насамперед, бездоганне обслуговування. Для того, щоб у гостей готелю складалося приємне враження про готель і вони залишалися задоволеними обслуговування в готелі менеджмент і адміністрація готелю повинні пропонувати наступне:

- не відмовляти у бронюванні послуг готелю;
- по мірі можливості виконувати окремі побажання гостя, які він висловлював під час попереднього перебування в готелі;
- розміщувати гостя в його улюбленому номері;
- розташовувати в номері напередодні приїзду гостя привітальних квітів, фруктів, напоїв;
- запровадити окрему цінову політику для постійних клієнтів;
- вручати гостям готелю невеликі подарунки, сувеніри у вигляді символу справжньої писанки;
- робити приємні несподіванки гостеві з нагоди якихось подій в його житті:
- на день народження відпочиваючого надавати безкоштовно послуги вручати маленький сувенір у вигляді ангела;
- якщо ж приїзд гостя пов'язаний з службовою метою, вручати записні книги, ручки, блокноти тощо.

Список використаних джерел

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 448 с.
2. Головка О.М., Компов О.П., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства: навчальний посібник. К.: Кондор, 2011. 410 с.
3. Готельний бізнес. Окремі нюанси. URL: <http://www.dtkk.com.ua/show/1cid0312.html>
4. Якість обслуговування туристів у готелях - важливий чинник розвитку туризму URL: http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,9999999/catid,193/id8916/

УДК 640.412:658.821

Коваленко Лілія

аспірантка кафедри менеджменту,
Міжнародний гуманітарний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Основними силами трансформації на ринку підприємств індустрії гостинності є конкуренція, постійна зміна вимог клієнтів, швидкий розвиток інформаційних технологій і, в широкому сенсі, інновації. Здатність підприємства адаптуватися до цих мінливих умов визначає її конкурентоспроможність. Концепція досягнення та підтримки конкурентоспроможності підприємств індустрії