

УДК 640.412:658.5

Омельчук К.Д.
студентка гр. МТЕ-412м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Журавльова С.М.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Надання готельних послуг високої якості є складовою частиною постійної

уваги адміністрації готелю незалежно від форми власності. Досягнення якості у сфері обслуговування – важливе завдання, вирішення якого забезпечує підприємницький успіх. Діяльність у сфері гостинності передбачає високу міру контакту і координації між службовцями і гостями. Найбільші дії, що часто зустрічаються, в цьому сенсі направлені на поліпшення і контроль якості послуг готельних підприємств (температура гарячої води, кількість рушників, умови приготування їжі тощо). Проте якість готельних послуг полягає не лише у вирішенні технічної сторони справи. Зусилля підприємств готельної індустрії традиційно були направлені на залучення клієнтів, на максимальне виконання побажань гостей, завоювання довіри.

Це може гарантувати лише їх повне задоволення. Тому стратегія розвитку готельного підприємства повинна також мати на увазі і більш того, робити особливий акцент на вдосконалення стосунків і спілкування між клієнтами і готельним підприємством [1].

Постійне підвищення якості – це не витрата, а довгостроковий вклад, заснований на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб. Це твердження засноване на дослідженні, що показує, що витрати на придбання нового клієнта в п'ять разів більше витрат на те, аби утримати старого за допомогою пропозиції якісного обслуговування. Це дослідження базується на наступних чинниках:

- здібність до утримання клієнтів дозволяє скоротити витрати на маркетинг і, відповідно, збільшує рентабельність;
- задоволений клієнт здійснює безкоштовну рекламу, поширюючи усну інформацію, що сприяє готелю.

Якість готельних послуг у величезній мірі залежить від кваліфікації і зацікавленості людського капіталу, від його творчих здібностей, уміння освоювати нові технології, а також від використання нових організаційних процесів і форм використовуваною для обслуговування клієнтів матеріальної бази. Якість послуг в готельному бізнесі – це міра того, як рівень наданої послуги задовольняє чекання клієнта [2].

Якість, крім того, часто асоціюється з розкішшю, послугами класу «люкс». Цей висновок вельми спірний, оскільки можна отримати якісні послуги за помірну ціну і не отримати їх за великі гроші (якість послуги – це не лише її складова, але і форма уяви).

Таким чином, якість – це в першу чергу відчуття задоволення клієнта від обслуговування, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам гостя. Рівень якості, у свою чергу, залежить від міри збігу представлень клієнта про реальне і бажане обслуговування в готелі або ресторані.

Управління якістю – це підхід, що збільшує ефективність і гнучкість бізнесу в цілому. Це напрям, по якому рухається підприємство, залучаючи всі підрозділи і кожен вид діяльності будь-якого рівня.

Іншими словами, це управлінський підхід, що намагається встановити умови, при яких кожен працівник підприємства націлений на надання послуг клієнтові в потрібний час і в потрібному йому місці, і при цьому вказуючи кожному співробітникові його роль в цій справі. Всього цього можна досягти при такій корпоративній культурі, яка б відображала узявши підприємством на себе зобов'язання по дотриманню вимог до якості, а також при такій системі взаємодій між працівниками підприємства, яка забезпечувала б безперебійне функціонування підприємства [2].

Застосування різних підходів до управління якістю стає складніше на підприємствах тієї сфери діяльності, де вироблюваний продукт повністю або частково невідчутний. До такого виду діяльності відноситься і сфера обслуговування. Тут доречніші і важливіші прийоми посвідчення того, що створювані продукти і послуги вироблені правильно з першого разу, оскільки існує велика орієнтованість на клієнта, чим у виробничій сфері. Використовуючи концепцію «робити правильно з першого разу» направлена на зниження витрат на повторну працю, усунення претензій і на інше.

Процес управління якістю складається з етапів, які Дж. Окланд розподілив в такій послідовності:

– розуміння концепції управління якістю для її подальшого виконання. Це

досягається при відвідуванні об'єктів виробництва продуктів і послуг з активним залученням експертів;

- затвердження політики управління якістю, яка здійснюється після виявлення цілей організації за якістю, і бере зобов'язання;

- проектування організаційної структури має бути виконане так, щоб забезпечити виробництво тих продуктів і послуг, які зажадалися клієнтами, при цьому зберігаючи гнучкість пропозиції;

- вимір якості за допомогою методу опиту клієнта про його чекання від послуги, а після її здобуття – його сприйняття [3].

Готельні компанії відповідають на ринково-орієнтовану потребу революційним чином перетворити мислення у сфері обслуговування за допомогою удосконалення культури обслуговування.

Література:

1. Білецький Е.В., Янушкевич Д.А., Шайхлісламов З.Р. Управління якістю продукції та послуг. Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ. Харків: ХТЕІ, 2015. 222 с.

2. Балабанець А. Методичний підхід до оцінки якості обслуговування споживачів готельних послуг. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. № 2 (21). С. 259-270.

3. Дикань В.В., Гречана О.І. Методичні підходи до оцінки якості послуг *Соціальна економіка*. 2018. № 55. С. 97-106.