

УДК 640.4:[005.21:366.546]

Приходько О.Ю.

студент гр. 241-22м-01

Державний біотехнологічний університет

м. Харків, Україна

наук. кер. – к.т.н., ст. викладач Татар Л.В.

**СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ
ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЬНОМУ
ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасних умовах воєнного стану ринок готельного бізнесу України характеризується скороченням попиту на послуги розміщення, що посилює

конкуренцію. Тому якість обслуговування є ключовим фактором успіху готельного підприємства. Конкурентний ринок індустрії гостинності здійснює тиск на заклади змушуючи постійно підвищувати якість своїх послуг [1].

Якість обслуговування це – наступна сходинка до успіху готельного підприємства і тому питання культури обслуговування заслуговує на особливу увагу. Згідно з міжнародним стандартом ISO 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик послуг, які здатні задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів.

Основні чинники, що визначають рівень обслуговування в готельному підприємстві – це сучасна матеріально-технічна база, якість надання послуг, упровадження прогресивних методів обслуговування, організація праці обслуговування, вивчення попиту на додаткові послуги, рівень рекламної інформаційної роботи, рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу [2].

Комплекс управлінських дій з планування, надання та реалізації послуг високої якості є механізмом контролю управління якістю готельних послуг. Вирізняють зовнішній та внутрішній контроль. Державні стандарти законодавчої, нормативно-технічної бази, міжнародні стандарти щодо діяльності у сфері готельного бізнесу є зовнішнім контролем. Вважають, що останній такий контроль якості здійснює споживач готельних послуг. Внутрішній контроль – це оцінка якості організації підприємства, матеріально-технічного забезпечення та загального рівня комфорту послуг. Останній здійснюється адміністрацією готельного підприємства.

Готельний бізнес є однією з найбільш конкурентних галузей, де обслуговування є ключовим фактором успішної діяльності підприємства. Ріст культури і якості обслуговування веде до збільшення числа потенційних клієнтів, підвищення рентабельності закладу.

Головною складовою всієї системи якісного обслуговування є якість готельних послуг. Наразі ставлення обслуговуючого персоналу готелю до клієнтів є важливою умовою культури обслуговування. Якість обслуговування закладу визначається видами і характером послуг та дозволяє оцінити

відношення клієнтів до результатів діяльності готелю. Але деякі готелі основний акцент покладають на процеси обслуговування, без належного розуміння та інтеграції знань про послуги. Необхідно створити сприятливі умови для задоволення потреб потенційного клієнта. Тому діяльність обслуговуючого персоналу готелю необхідно спрямувати на повне задоволення попиту гостей на послуги.

Якість обслуговування пов'язана зі здатністю персоналу якісно виконувати професійні обов'язки, а саме: оперативність процесу бронювання, реєстрації та поселення; гостинність, ввічливість, доброзичливість, чуйність обслуговуючого персоналу; обслуговування в номерах тощо.

Аналіз літературних джерел дав можливість встановити, що фахівці виділяють п'ять показників якості обслуговування (рис. 1).

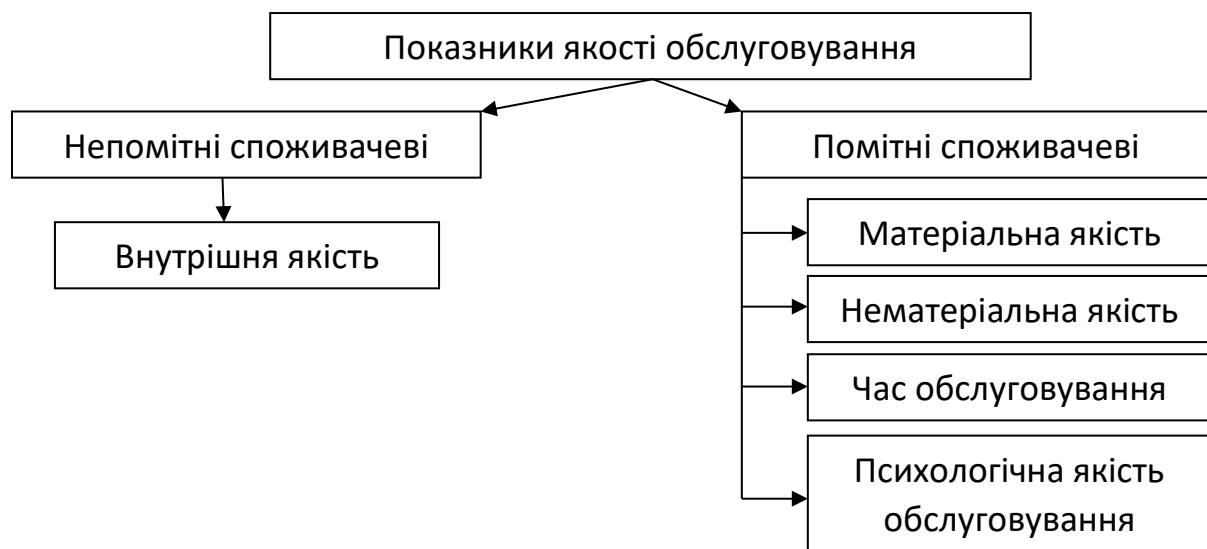


Рис 1. Показники якості обслуговування (складено автором на основі літературних джерел)

Погіршення якості надання послуг втрачає пропорційну залежність між якістю і успішною реалізацією готельних послуг та веде до втрати клієнтів [3].

У сегменті готельного бізнесу якість впливає на рішення потенційного клієнта скористатися послугами відповідного готелю, а не готеля-конкурента. Отже, альтернативу реалізувати послуги має готельне підприємство, яке здатне

задовольнити попит клієнта у максимальному обсязі послуг щодо його потреб; надати послуги з оцінкою ціна-якість; мотивувати повернення постійних та залучати потенційних клієнтів на основі високого рівня якості послуг.

Література:

1. Ільницька-Гикавчук Г. Сучасний стан і перспективи розвитку готельних мереж в Україні. *Економічні науки*. 2022. № 6. Том 2. С. 26-29.
2. Грищенко М. Ю. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. *Бізнес та інтелектуальний капітал*. № 2. 2022. С. 51-56.
3. Язіна В.А., Кучер М.М., Федорова А.О. Управління якістю готельного продукту та особливості його формування. *Науковий погляд: економіка та управління*. № 1 (81). 2023. С. 116-120.