

УДК 338.48:640.41

Бондаренко К.В.
магістр гр. МТЕз-412м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Безхлібна А.П.

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Підвищення якості послуг готельних підприємств – це процес покращення різних аспектів обслуговування, інфраструктури та дозвілля гостей, що надається готельними закладами. Основною метою підвищення якості послуг готельних підприємств є задоволення потреб та очікувань гостей, забезпечення їх комфорту і задоволення під час перебування в готелі.

Багато фахівців у галузі готельного бізнесу, гостинності та управління

вивчають тему підвищення якості послуг сфери гостинності. Деякі з популярних тем, які присвятили свої дослідження питанням якості готельних послуг, присвячені:

- розробці моделі SERVQUAL, що визначає якість послуги через вимірювання п'яти важливих атрибутів – надійність, відзивчивість, забезпечення, емпатія та засади;
- дослідження впливу якості послуг на рівень задоволення клієнтів;
- дослідження якості послуг у готельному бізнесі та розробка методик для підвищення якості послуг готельних підприємств.

Галузь продовжує зосереджуватися на ефективності та забезпеченні якості на готельному та корпоративному рівнях, надаючи пріоритет клієнтському досвіду, аналітиці та автоматизації.

Що стосується сучасного стану, постпандемічний інтерес до подорожей залишається сильним, що сприяє зростанню в сфері гостинності в 2023 році [1]. Діловий туризм відновлюється, оскільки компанії збільшують свої бюджети на поїздки. Виставки і конференції мають великий попит, який зберігається в усіх галузях. Іншим чинником відродження галузі є сегмент людей, що працюють вдома. У деяких випадках ці співробітники будують свої плани подорожей як для бізнесу, так і для відпочинку. Подорожі, що направлені на відпочинок, особливо коли ділові мандрівники додають день або додатковий час у своїй робочій поїздці для огляду визначних пам'яток або іншого виду дозвілля, є зростаючою тенденцією. Результатом цього є збільшення доходів і продовження економічного відновлення сектору гостинності.

Під час пандемії індустрія гостинності втратила велику частину робочої сили, оскільки обмеження на поїздки змусили готелі серйозно скоротити персонал. Згідно з даними Бюро статистики праці США, рівень безробіття в галузі підскочив з 5,7% у лютому 2020 року до 39,3% у квітні 2020 року, спричиненим зміною способу життя, яка сталася через пандемію.

Через три роки світ знову пристосовується до сучасних реалій. У той час як технологічні компанії скорочують робочі місця у відповідь на стан економіки

у 2023 році, індустрія гостинності тепер готова наймати працівників у відповідь на очікуване збільшення подорожей [2].

За останні кілька років готельний бізнес в Україні має найрізноманітніші випробування, такі як локдауни, війна та блекаути, і безперечно, всі ці події вплинули на обслуговування, способи взаємодії з гостями та операційні процедури. В цей час також спостерігається зміна цінностей клієнтів. У 2020-2021 роках питання безпеки, чистоти та безконтактних технологій стали надзвичайно актуальними для всіх готелів і лишаються такими ще на довгий час. Зросла увага до екологічних питань, здоров'я та самопіклування, встановлюючи нові стандарти для готелів. Водночас війна максимально підсилила актуальність питань безпеки і підняла їх на абсолютно новий рівень. Для гостей важливим фактором при виборі готелю стала наявність укриття та зрозумілий план дій персоналу в надзвичайних ситуаціях. Крім того, в сучасних умовах гнучкий підхід до дати заїзду, скасування та повернення коштів грають важливу роль. Зараз людям важко будувати довгострокові плани, тому готелі, що надають можливість гнучкості у цих питаннях, користуються позитивною репутацією та вищою заповненістю [3].

Щорічно, під впливом зовнішніх чинників, готельний ринок змінюється, вносячи нові тенденції. Останній рік не є винятком, оскільки він призвів до трансформацій у готельному обслуговуванні. Зокрема, нині акцент робиться на внутрішньому туризмі, пропонуючи покращені послуги та незабутні враження мандрівникам.

Прикладом внутрішнього туризму є тренд, про який говорять ще з 2019 року, коли значущість офісів зменшувалась, а популярність віддаленої роботи стрімко підвищувалась. Велика кількість компаній з того часу практикує гібридний формат роботи, дозволяючи своїм співробітникам працювати частково віддалено.

Наразі готелі використовуються в тому числі як імпровізовані офіси для мандрівників, які відпочивають, а також для місцевих жителів, які прагнуть змінити робоче середовище, оскільки працювати з дому не завжди зручно.

Така тенденція дає готелям можливість адаптувати свою пропозицію відповідно до потреб і побажань гостей. Закладам розміщення у пригоді в цей час стане велика кількість розеток, безкоштовний високошвидкісний Wi-Fi, Zoom-кімнати, які також можуть використовуватись як простори для проведення вебінарів, онлайн-лекцій тощо.

Цьогоріч в Україні цей тренд можна назвати роботою в місцях для відпочинку. Так, багато компаній перевезли своїх співробітників до більш безпечних регіонів та розмістили їх в готелях у курортних містах, таких як Буковель, Яремче тощо. Водночас співробітники переїжджали разом із сім'ями, тому питання створення комфортного середовища для всіх членів сім'ї, за умови довгострокового проживання, стало дуже важливим. Це змінило меню в ресторанах, формат і режим роботи додаткових послуг, підхід до операційних процедур у готелях. Адже для деяких людей вони стали і домом, і офісом [3].

За останні роки тенденція надання цифрових і безконтактних послуг набула великої популярності. Люди, які звикли розблоковувати свої смартфони та ноутбуки за допомогою розпізнавання обличчя та відбитків пальців, чекають такої ж зручності у доступі до своїх готельних номерів. Технології розпізнавання обличчя та відбитків пальців незабаром замінять ключі та картки доступу до готельних номерів. Загалом, цифровізація готельного досвіду гостя – це те, у що готельерам потрібно спрямовувати інвестиції найближчим часом.

Окрім персоналізації, гості прагнуть унікального досвіду. Клієнтам все таки стає до вподоби мінімалізм, і вони все менше шукають демонстрацій багатства, а замість цього бажають витратити кошти розумно. Водночас їм потрібні унікальні враження. Нині гості все більше цікавляться новим досвідом, пов'язаним з мистецтвом, традиціями та історією України.

Наразі важливо, щоб готельєри могли створити особливий досвід для гостя: познайомити його з місцевими пам'ятками та запропонувати цікаві враження [4].

Підвищення якості послуг готельних підприємств є важливим завданням для забезпечення задоволеності гостей, їх повернення в майбутньому і створення

позитивного іміджу готелю на ринку готельних послуг.

Література:

1. Byelikova M. The records management in the tourism: the Marriott hotel net's acts during Covid-19 quarantine period. *Туризм : наука, освіта, практика* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 24-25 квітня 2020 р. Рівне: НУВГП, 2020. С. 26 – 29.
2. Hospitality industry looks strong for 2023 – despite recession fears. URL: https://www.ey.com/en_us/real-estate-hospitality-construction/hospitality-industry-looks-strong-for-2023-despite-recession-fears
3. Готельна індустрія: тренди якісного сервісу у 2023 році. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna/gotelna-industria-trendi-akisnogo-servisu-u-2023-roci>
4. Белікова М.В. Протокольне обслуговування та гостинність в готельно-ресторанних комплексах мережі Amara (Туреччина). *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, 2020. С.47 – 48.