

УДК 640.41:64.018

**Бедрадіна Г.К.**  
**Bedradina G.K.**

викладач

*Одеський національний економічний університет*

## **ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЯ «КОНТИНЕНТАЛЬ» м.ОДЕСА.**

Якість обслуговування - це комплексна категорія, один з найважливіших показників ефективності функціонування готельних підприємств, об'єкт аналізу, планування і управління. Головною складовою всієї системи якісного обслуговування є якість готельних послуг.

Незалежно від зусиль готельного підприємства, для підтримування високої якості послуг провідна ідея управління якістю пов'язується з орієнтуванням на клієнта, повне забезпечення його вимог.

У міждержавному досвіді щодо визначення якості обслуговування виділяється два підходи:

- якість обслуговування визначається на основі оцінки корисних характеристик процесу надання послуг;

- оцінка недоліків в процесі обслуговування клієнтів.

Згідно першого підходу критерієм високої оцінки якості обслуговування у готелях є наявність корисних властивостей і особливостей процесу надання послуг, які зумовлюють задоволення у клієнтів.

Сутність другого підходу пов'язується з відсутністю недоліків обслуговування, що сприяє досягненню високого рівня якості обслуговування.

У готельних підприємствах для реалізації процесу управління якістю необхідно розробляти, документально оформляти, впроваджувати і підтримувати у робочому стані систему якості з розробленою методикою

щодо визначення вимог для здійснення всіх пов'язаних із наданням послуг процесів.

Така система якості розроблена на підприємстві: Товариство з обмеженою відповідальністю «Гронте», готель «Континенталь»

Показники якості послуг в готелі «Континенталь» є однією з основних характеристик ефективності діяльності готельного комплексу. Ці показники можна умовно розділити на три групи.

До першої групи відносяться якісні показники, пов'язані з наданням готельних місць і їх обслуговуванням: час очікування номера, число заповнюваних документів при одержанні номера або місця в готелі, стан номера і його благоустрій, стан постільної білизни, наявність усіх необхідних предметів побуту в номері.

До другої групи відносяться показники якості додаткових безкоштовних і платних послуг. Це наявність у номерах телевізорів, радіоприймачів, холодильників, фенів і т.д. А також замовлення квитків на транспорт, у театри, музеї, на екскурсії. Склад платних і безкоштовних додаткових послуг, що надаються готельним комплексом, необхідно широко рекламувати і, що дуже важливо, не повинно бути відмови в їх наданні.

До третьої групи показників відноситься культура обслуговування. У процесі аналізу цього показника необхідно встановити, наскільки обладнання номерів та інших приміщень готельного комплексу відповідає встановленим нормативам, чи не перевантажені приміщення непотрібними предметами, чи доцільно оформлені інтер'єри і наскільки вони відповідають вимогам експлуатації і сучасної естетики. Одним з важливих елементів, що визначають культуру обслуговування, є готельний етикет - зовнішній вигляд працівників готельного комплексу, вміння розмовляти, дотримання правил гостинності, акуратність, дисциплінованість.

Отже, готельному комплексу «Континенталь» життєво необхідно проводити маркетингові дослідження для вивчення запитів ринку до якості готельних послуг і подальшої реакції на них. Іншою мовою, керівництву готельного комплексу для підвищення ефективності його діяльності слід знати очікування своїх споживачів, очікування своїх цільових груп від пропонованих готельних послуг.

Виявлення невідповідностей між функціями якісного обслуговування гостя і ліквідація їх джерел в процесі обслуговування - головна функція системи управління якістю обслуговування в готелі «Континенталь».

Інтегральна індивідуальна (контролера-експерта або клієнта) кількісна оцінка якості обслуговування - сума оцінок по всіх рядках, одержана від конкретного експерта або клієнта.

Усереднені та середньозважені оцінки якості обслуговування здійснюються за допомогою статистичної обробки карт індивідуальної оцінки. В цьому випадку в кожен осередок поміщаються параметри функції розподілу вірогідності індивідуальних оцінок, а як інтегральні оцінки беруться суми математичних очікувань з осередків карти якісного обслуговування.

Оцінка якісного обслуговування на основі даних, узятих тільки з карти якісного обслуговування, залишає за межами розгляду чинники внутрішньо-готельної обстановки - гостинність і внутрішньовиробничі відносини.

Ці чинники нормувати не можна, але оцінювати вплив їх фактичного рівня на сприйняття гостем наданих послуг і, отже, на оцінку його сприйняття якості обслуговування необхідно. З цією метою вводиться коефіцієнт загального враження гостей від перебування в готельному комплексі.

Якість надання конкретних готельних послуг в готелі «Континенталь» і підтримка внутрішньо-готельної обстановки, що складається з характеру загального відношення до гостей і внутрішньовиробничих відносин, повинні розглядатися як однаково важливі та відносно незалежні напрями забезпечення якості обслуговування. Окремі зміни якості обслуговування можуть бути прив'язані до конкретних елементів обслуговування. Тобто можна планувати структуру зміни якісного обслуговування, зокрема з урахуванням матеріальних і кадрових можливостей. Основні інструменти обслуговування такі: статистичний контроль якості обслуговування, технологічні стандарти, регламенти, інструкції, цілеспрямована підготовка і перепідготовка кадрів.

Збір даних про якість обслуговування проводиться за допомогою різних способів зв'язку з аудиторією, а саме: інтерв'ю за телефоном, анкети, інтерв'ю, що розсилаються поштою, особисті, групові інтерв'ю. За допомогою анкетного методу, вважається, можна якнайповніше вивчити переваги цільової групи.

Для збору даних про рівень сервісу в готелі «Континенталь» використовується ряд методів, що включають, наприклад, аналіз скарг і пропозицій, команди сервіс-аудиту, тощо. Необхідно відмітити, що звернення до експертів для визначення рівня якості обслуговування є абсолютною нормою для зарубіжних готельних комплексів.

Обслуговуючий персонал в готелі «Континенталь» дуже часто сприймає встановлені стандарти по-своєму і не надає готельні послуги тієї якості, яку хотіли б отримувати гості.

Попередження виникнення претензій повинне будуватися на згоді між керівництвом, обслуговуючим персоналом і клієнтами.

Обслуговування в готелі повинне бути високого рівня щодня, кожна хвилину. Клієнтів не цікавлять перевірки, які здійснюються періодично в готелі «Континенталь». Тому і контроль має бути систематичним. Багато

готельних комплексів із цією метою приймають на роботу одного-двох незалежних людей, які знаходяться в безпосередньому підпорядкуванні у генерального директора. Вони здійснюють спостереження за якістю обслуговування у всіх службах готельного комплексу, записують всі порушення в обслуговуванні. Щодня надають інформацію генеральному директору. їх заробітна плата є достатньо високою, оскільки і функція, яку вони виконують, є найважливішою.

Процеси і тенденції розвитку готельного господарства у світі в останні десятиліття наочно демонструють зсув цільових орієнтирів, як окремих виробників, так і їхніх об'єднань на надання послуг, якість яких корелюється з чеканнями споживача і є гарантованим сторонніми експертами. Передбачається, що в довгостроковій перспективі дані процеси будуть відігравати домінуючу роль у розвитку готельного господарства в цілому, тому що необхідність ефективного керування якістю ініціюється споконвічно попитом, що є активним компонентом суб'єкта системи керування якістю готельних послуг.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. «Готельний бізнес теорія та практика» - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1584072028398/turizm/gotelniy\\_biznes](http://pidruchniki.com/1584072028398/turizm/gotelniy_biznes)
2. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Георгій Мунін, Андрій Змійов, Георгій Зінов'єв та ін.; За ред. С. І. Дорогунцова; НАНУ, Рада по вивченню продуктивних сил України, Укр. гуманіт. ін-т. - К.: Ліра-К, 2005. - 514 с
3. «Уніфіковані технології готельних послуг»: Навчальний посібник для студ. вузів; Ред. В.К.Федорченко. - К.: Вища школа, 2001. - 236 с.
4. Папирян Г. А. «Менеджмент в индустрии гостеприимства». — М.: Экономика, 2000.
5. Агафонова Л. «Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання»: Навч. посібник для студ. вищ.

навч. закладів/ Людмила Агафонова, Ольга Агафонова,; Київський ун-т  
туризму, економіки і права. - К.: Знання України, 2002. - 351 с.