

Коваленко Л. І.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
Науковий керівник – к.т.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Кунділовська Т. А.

ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ЯКОСТІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

В сучасних умовах підприємства індустрії гостинності повинні орієнтуватися в ринковій ситуації, прогнозувати поведінку клієнтів, їхню мотивацію та платоспроможність. Якість є однією із основних характеристик, яка найбільше впливає на формування споживчих переваг та конкурентоспроможність послуг [1, с. 70; 2, с. 157].

У сучасних умовах розвитку економіки, якість – це загальна сукупність характеристик послуги, що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких послуга при своєму використанні задовольнить потреби споживача у кожній із сфер його життєдіяльності за ціну, яку він може собі дозволити. Якість надання послуг – передумова для існування підприємств та необхідна умова довгострокового їх виживання, яке відбувається під впливом певних факторів. Клієнти забезпечують стійку клієнтську базу підприємства, а їхня усна реклама сприяє залученню нових гостей і збільшує частку ринку для підприємства сфери послуг [3, с. 47].

Якість послуг визначається технологічними вимогами до виконання відповідної операції, часом очікування, комфортністю отримання послуги, зручністю інформаційного обслуговування клієнтів, регіональними характеристиками мережі обслуговування тощо. Усе це об'єднується загальною назвою «рівень сервісу».

Якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності й надійності підприємств, як наслідок почав розвиватися новий

підхід в управлінні якістю на підприємствах індустрії гостинності. Разом з тим, складовою якості послуг є якість обслуговування як багатоаспектна категорія, що включає сукупність характеристик процесу і умов обслуговування споживачів, задоволення його потреб та очікувань [4, с. 261]

Основними принципами якості обслуговування у сфері надання готельних послуг є:

- відповідність очікуванням споживачів: послуга повинна відповідати вимогам та очікуванням покупців; у цьому випадку якість послуги тлумачиться як «відповідність призначенню»;

- відповідність специфікаціям: послуга, придбана покупцем, повинна відповідати технічним специфікаціям (законодавчим, нормативно-технічним вимогам) та характеристикам послуг кращих аналогів;

- відсутність помилок: дотримання виробничих процесів обслуговування клієнтів вирішує проблему скорочення втрат;

- цінність за гроші: здебільшого поліпшення якості послуг призводить до зростання витрат підприємства та ціни на послуги;

- перевищення очікувань споживачів: послуга може надаватись якісно, якщо кожний наступний досвід щодо послуги кращий за попередній [5, с. 27; 6, с. 189; 7].

Критерії якості готельного обслуговування – це:

- компетентність персоналу і менеджменту готелю;

- наявність усіх необхідних сервісів і послуг (як включених у вартість проживання, так і тих, що надаються за додаткову плату для підвищення якості готельного обслуговування);

- репутація готелю;

- особисті якості персоналу (ввічливість, чемність, розуміння специфічних проблем і вимог клієнтів, готовність допомогти у будь-який час і зробити усе можливе для блага клієнта);

– безпека гостей готелю (системи цілодобового спостереження, паркування, що охороняється, наявність сейфів, осередків зберігання, увага з боку служби безпеки до кожного клієнта);

– комфорт відвідувачів (обслуговування в номерах, приємний інтер'єр, усі зручності в номерах і холі готелю – ці дрібниці істотно підвищують якість готельного обслуговування);

– ефективні комунікації (можливість у будь-який час викликати таксі, отримати всю необхідну інформацію, консультацію на будь-якій доступній мові тощо).

Отже, у конкурентних умовах на ринку надання готельних послуг саме орієнтація на споживача, визначення очікувань та забезпечення їх потреб, сприятиме формуванню сегменту лояльних клієнтів та задоволення якістю обслуговування у закладі.

Список використаних джерел

1. Чередниченко А.О., Калінін М.В. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. Вип. 55. С. 68-73.
2. Мельник І.М., Хіміч Т.В. Сучасні підходи до оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах. Інфраструктура ринку. Економіка та управління підприємствами. 2017. Вип. 14. С. 155-161.
3. Рябенюк М.О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. Причорноморські економічні студії. 2020. Випуск 52-2. С. 46-51.
4. Балабаниць А., Гапонюк О. Методичний підхід до оцінки якості обслуговування споживачів готельних послуг. Соціально-економічні проблеми і держава. 2019. Вип. 2 (21). С. 259-270. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19bavshp.pdf>
5. Босовська М. В., Бовш Л. А., Оріменко А. Г. Оцінювання якості готельних послуг. Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука. 2019. Вип. 4. С. 25-31.