Н. В. Морозова
студ. ІІ курсу магістратури економіко-правового факультету ОНУ імені І.І. Мечникова
спеціальність «Менеджмент готельно-ресторанної діяльності»
Науковий керівник: к.е.н., доц. О. В. Рудінська

МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Актуальність теми полягає в тому, що у сучасному світі туризм і готельний бізнес трансформувалися в спосіб розвитку людських цінностей. Також ці сфери діяльності є доступним шляхом вивчення й збереження всесвітньої історичної й культурної спадщини. Сучасний ринок готельних послуг характеризується підвищеним рівнем пропозиції щодо рівня попиту. Враховуючи ситуацію щодо зростання кількості конкурентів, готелям стає усе складніше позиціонувати себе на ринку, оскільки можливостей диференціювати свій продукт усе менше. В цій ситуації одним з основних напрямків у формуванні переваг повинна бути відповідність стандартам якості й підвищення якості послуг.

Для досягнення найкращого результату менеджери повинні усвідомлювати, що враження від перебування у закладах сфери гостинності формуються під час спілкування з персоналом і виконанні їм послуг для гостя. На результат може вплинути: швидкість роботи, чуйність і відкритість персоналу, професіоналізм працівників і багато чого іншого.

Враховуючи високе значення якості для готельного бізнесу, виявляється, що однією з основних обов'язків менеджерів, особливо тих, хто працюють безпосередньо з туристами, є управління якістю послуг. Менеджмент якості функціонально структурований на: організацію, планування, мотивацію, аналіз, контроль та ін. Кожна з функцій також поділяється на складові, наприклад, функція аналізу вмикає вивчення гостей і їх потреб, аналіз роботи персоналу, аналіз думки відвідувачів про рівень якості.

Менеджери стандартів якості, повинні розробити шляхи одержання від гостя відгуку, щоб орієнтувати готельний продукт на побажання споживачів.

Довідатися думку відвідувачів про готельний продукт і про рівень сервісу в готелі можна декількома способами. Шляхом спілкування із клієнтами або надання їм анкет для заповнення. В інших випадках це можуть бути відгуки, залишені споживачами в соціальних мережах або на спеціалізованих сайтах. Щоб упорядкувати інформацію, необхідно використовувати модель SERVQUAL або системи, створені на її основі. Її цінність полягає в тому, що в ній заплановано п'ять основних критеріїв, за якими більшість відвідувачів оцінюють готель – надійність, якість матеріальної бази, чуйність персоналу, упевненість і співпереживання. Ці критерії були виділені з 10 показників якості послуг, створених А. Парасураманом, В. Зейтамлом і Л. Бері [1, с. 300]. При

використанні цієї моделі менеджмент готелю одержує докладну й всебічну інформацію про сприйняття гостем якості обслуговування в готелі, а також про його очікування й потреби. Модель також можна успішно використовувати для порівняння готельного підприємства з конкурентами, а також для розробки і підвищення якості послуг.

Наступний етап – розробка стандартів і методів підвищення якості сервісу. Ключову роль відіграє поліпшення роботи персоналу. Може бути досягнуте за допомогою проведення різних тренінгів, щоб підвищити кваліфікацію працівників і підвищити їхні професійні компетенції. Готельне підприємство може додатково мотивувати працівників шляхом нагород, бонусів, премій і т. п.

Ще один спосіб підвищення стандартів якості – впровадження інновацій. Автоматизовані системи управління допоможуть швидше провадити реєстрацію гостей, сучасний клінінг підвищує оцінку відкликань клієнтів, фасіліті-менеджмент забезпечує скоординовану роботу всіх сервісів готельного комплексу [2, с. 228].

Якість послуг у готелі потребує постійного контролю. Контроль може бути реалізований шляхом спостереження, причому як особистого, так і за допомогою техніки, відеокамер; за допомогою таємних гостей (Mystery Guest), які є підставними особами покликаними оцінити роботу персоналу й виявити недоліки в їхній роботі.

В Україні тенденції туристичного та готельного бізнесу також досить динамічні та привабливі, незважаючи на політичні, економічні та соціальні проблеми в економіці па повільне економічне зростання. Щодо збільшення кількості туристичних прибутків, про що свідчить статистика, можна зробити висновок, що, незважаючи на кризові явища останніх років туризм не тільки зберіг, але і значно поліпшив свої позиції [3, с. 69].

Можна зробити висновок, що управління якістю туристичного та готельного сервісу – це динамічний інноваційний процес, якщо готельне підприємство прагне залишати та підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг.

Список використаної літератури

1. Векслер Е. М., Рифа В. М., Василевич Л. Ф. Менеджмент якості : навч. посіб. Київ : ВД Професіонал, 2008. 320 с.
2. Бичківський Р. О. Управління якістю : навч. посіб. Львів : Львівська політехніка, 2016. 354 с.
3. Рудінська О. В., Кар’єва М. О. Стратегії розвитку готельно-рекреаційної діяльності в Одеському регіоні. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2018. вип. 17 (3 (40)). С. 67–79.