

Харченко А.А., бакалавр
Київський національний
університет технологій та дизайну
Колісниченко Т.О., к.т.н., доцент
Київський національний
університет технологій та дизайну

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

В сучасному світі туризм, будучи частиною сфери послуг, є однією з найбільш перспективних та динамічних галузей економіки, яка охоплює велику кількість різних областей [1, с.21]. Можна сказати, що більша частина існуючих організацій займається наданням послуг, до яких відносяться: підприємства індустрії розваг, освіти, ресторани, готелі і т.д.

Ринок послуг вважається особливим через те, що він відрізняється від інших ринків відразу декількома рисами. Перша з цих рис полягає в тому, що послуга, на відміну від продукту не є реальною до тих пір, поки її не надали. Можна сказати, що до цього моменту її не існує. Це виключає можливість споживача оцінити послугу до її отримання і тим більше порівняти її з іншими аналогами. Друга риса ринку послуг полягає в тому, що саме поняття «послуга» досить невизначене, що ускладнює роботу як клієнтам, так і продавцям.

При цьому необхідно зауважити, що сервіс зазвичай нерозривно пов'язаний з продуктами. Простіше кажучи, найчастіше необхідно придбати будь-який продукт, щоб отримати послугу. Готельний бізнес є одним з найбільш показових прикладів. Тобто для того, щоб отримати послугу в будь-якому готелі гостю необхідно спочатку придбати кімнату в ньому [2, с.12].

Якщо говорити про готельні послуги, то одним з основних критеріїв їх оцінювання є якість. Саме надання послуг високої якості забезпечує успіх компанії на ринку.

Якість – це поняття, яке знайоме тій чи іншій людині. Однак при цьому мало хто може визначити, яке значення вкладається в це слово. Можна сказати, що кожен має про нього своє уявлення, що лише підтверджує той факт, що це поняття завжди трактується суб'єктивно.

Щоб дати визначення якості, спочатку потрібно відокремити його від поняття цінності. Якість і цінність багато в чому схожі, але між ними є одна істотна відмінність: якісний продукт або послуга завжди мають цінність, однак зворотне не завжди є вірним. Якщо говорити простіше, то цінний продукт або послуга не обов'язково повинні бути якісними.

Ще одна помилка у визначенні якості полягає в тому, що його часто асоціюють з предметами і послугами вищого, люксового класу. Однак такий підхід вважається неправильним, тому що якісна послуга може бути не дуже дорогою, при цьому трапляється, що деякі послуги, які надаються за великі гроші складно назвати якісними.

В готельному бізнесі поняття «якість» можна визначити так [3, с.327]: визначення потреб гостя і їх задоволення. Перш за все, якість залежить від того, наскільки правильно визначені потреби гостя і чи були вони задоволені. Основне завдання керівництва готелю – зрозуміти, чого саме хоче гість, і забезпечити його цим. Передбачаючи побажання гостя і своєчасно виконуючи їх, компанія може володіти великою конкурентною перевагою в порівнянні з іншими організаціями, особливо у тих випадках, якщо вони мають схожий готельний продукт зі схожими послугами. Якість більшою мірою залежить саме від того, наскільки швидко і повно компанія може задовольнити потребу гостя;

Правильність надання послуг. Послуги, що надаються готелем повинні не тільки задовольняти всілякі побажання та потреби клієнта, а й забезпечувати високий рівень обслуговування.

Якість має бути постійною. Здобувши певну репутацію на ринку, компанія повинна усіма силами прагнути її підтримувати, тому що якщо якість послуг буде щоразу змінюватися, то компанія не зможе тривалий час займати лідируючі позиції, що в кінцевому підсумку призведе до втрати багатьох гостей.

В контексті вищенаведеного можна зазначити, що тільки об'єднавши всі ці три складові в одну єдину систему обслуговування, компанія доб'ється успіху.

Література:

1. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk660178.pdf>.

2. Мунін Г.Б., Тимошенко З.І., Палеха Ю.І., Стамболов М.Д. Організація обслуговування у малих готелях. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2007. 522 с. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-38/ua/chapter-1873>.

3. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: підручник. Київ : Кондор, 2009. 408 с. URL: https://www.studmed.ru/view/roglyev-hy-osnovi-gotel'nogo-menedzhmentu_95fbe489f53.html?page=1.