

8. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Ущатовський А.О.

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ

Вступ. У широкому розумінні культура обслуговування асоціюється з такими поняттями, як «якість обслуговування», «рівень обслуговування» та «надання послуг». Що стосується індустрії гостинності можна сказати, що вона базується на концепціях, які ґрунтуються на ціннісному ставленні до споживача та забезпеченні необхідних потреб з максимальним комфортом та за мінімальну кількість часу.

Актуальність теми. Питання підвищення культури та якості обслуговування постає зараз перед усіма закладами готельного господарства, адже наявність високої культури та якості обслуговування відповідає соціальним та законодавчим запитам держави, сприятиме створенню позитивного іміджу та підвищенню конкурентоспроможності закладів сфери гостинності.

Матеріали та методи. В роботі використані результати досліджень вітчизняних та закордонних фахівців індустрії гостинності. Для обробки, викладення та узагальнення отриманої інформації використані методи системного пошуку, аналізу та синтезу.

Результати та обговорення. Культура обслуговування спрямована на організацію якісного обслуговування, сервісу та задоволення потреб гостей.

Діяльність готелю має базуватися на таких шляхах удосконалення обслуговування:

- інтереси вищого керівництва;
- формування ради з підвищення культури та якості обслуговування;
- залучення всього персоналу до процесу покращення обслуговування;
- забезпечення колективної участі;
- забезпечення індивідуальної участі;
- створення групи, яка вдосконалює систему (групи, яка регулює процес);
- забезпечує якісне забезпечення функціонування системи управління;
- розробляє та реалізує плани та довгострокові стратегії для підвищення культури та якості послуги;
- встановлює систему винагороди [1].

Також необхідно розробити процедури контролю якості. Програма визначає орієнтир для цільового показника, і заходи, зазначені в змістовній частині цього документу, будуть спрямовані на досягнення цього цільового показника. При розробці плану контролю якості культури та обслуговування необхідно дотримуватися наступних цілей:

1. Утримання існуючих клієнтів та розширення кола за рахунок залучення нових;

2. Швидке вирішення виникаючих проблем, пов'язаних з якістю надання послуг, шляхом налагодження зворотного зв'язку; та
3. Можливість оцінити заходи, вжиті для поліпшення або погіршення культури та якості обслуговування в готелі; і
4. Можливість постійного моніторингу заходів, вжитих для поліпшення культури та якості обслуговування
5. Створення бази для навчання та підвищення кваліфікації персоналу готелю [2].

На основі проведених досліджень можна виділити наступні етапи контролю культури та якості обслуговування:

Етап 1: Визначення сфери вимірювання культури та якості послуг.

Для того, щоб зробити перший крок, необхідно застосувати всі форми стандартизації, які вважаються якісними. Чітке визначення обсягу культури та якості стосовно обсягу роботи, умов праці, рівня підготовки персоналу тощо має бути реалістичним і досяжним, інакше воно не зможе стати основою для подальшого вдосконалення.

Етап 2: Поставити запитання для перевірки рівня культури та якості послуг.

Це має бути диференційовано між зонами готелю, орієнтованими на клієнта, та зонами обслуговування, або між адміністративними та сервісними зонами. Думки гостей про культуру та якість обслуговування слід дослідити на основі анкетування в готелі. Сервісні зони готельного підприємства, включаючи склади, сховища і технічні служби, повинні контролюватися за допомогою спеціальних листів якості (внутрішніх виробничих стандартів).

Етап 3: Контроль. Дія. Оцінка.

Анкети та контрольні списки для перевірки культури та якості обслуговування мають стати основою для розробки спеціалізованих навчальних програм для персоналу відділу обслуговування. Робота персоналу готелю має бути сфокусована на підвищенні культури та якості обслуговування, що має розглядатися з точки зору гостя. Водночас, програми аудиту культури та якості обслуговування сприяють кращій взаємодії між відділами.

Висновок. Формування культури обслуговування в готельних підприємства передбачає активну командну роботу персоналу, що спрямована на забезпечення комфорту гостей, їх задоволення від проживання, харчування, розваг та інших організованих заходів. Зазначені етапи підвищуватимуть культуру обслуговування, сприятимуть позитивній репутації, іміджу та розвитку готельного підприємства.

Література

1. Верезомська І.Г. Діагностика організаційної культури підприємства готельно-ресторанного бізнесу за методом Даніеля Денісона. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2013. № 5 (61). С. 74–77.

2. Крупський О.П. Організаційна культура туристичного підприємства як індикатор його інноваційного потенціалу. БізнесІнформ. 2014. № 9. С. 200–204. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_9_35.