

РОЗВИТОК КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО СЕРВІСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

*Петрова А. С., студентка
Науковий керівник: Бортник Л. В., к.е.н., викладач
Одеський національний економічний університет*

У зв'язку зі стрімким розвитком готельного бізнесу і збільшенням обсягів туристичного потоку в Одеську область особливого значення набуває проблема вдосконалення процесу надання основних і додаткових послуг у готелях та підготовки кваліфікованого обслуговуючого персоналу. Низький рівень культури поведінки та мотивації персоналу, відсутність чіткого розуміння потреб споживачів обумовлює недосконалість процесу обслуговування у готелях. Це в свою чергу негативно відображається на репутації підприємства та результатах його фінансово-господарської діяльності. Тому дослідження проблеми розвитку клієнтоорієнтованого сервісу на підприємствах сфери туризму, безумовно, є актуальним.

На сьогодні здобуття вищої освіти у галузі знань «Сфера обслуговування» вважається досить перспективним. Варто зауважити, що за період з 2011 по 2015 роки у цілому спостерігається позитивна тенденція до збільшення кількості вищих навчальних закладів (ВНЗ), які готують фахівців зі сфери гостинності. Так, за аналізований період кількість ВНЗ, що проводять набір студентів за напрямком підготовки «Готельно-ресторанна справа», зросла на 76 %, а за напрямком підготовки «Туризм» - на 636 % [1]. Це свідчить про наявність високого попиту на кваліфікованих фахівців зі сфери обслуговування.

Водночас, на сьогодні однією з ключових проблем готельного бізнесу України залишається низький рівень та культура обслуговування. Недостатньо уваги з боку вітчизняних готелів приділяється питанню розвитку клієнтоорієнтованого сервісу. В умовах постійно зростаючої конкуренції, готельне підприємство з некваліфікованим персоналом швидко втратить привабливість для клієнтів. Щоб уникнути даної ситуації, керівництво готелю повинно розробити та впровадити у свою діяльність службові інструкції, правила та стандарти, посібники з якісного обслуговування гостей; визначити певні вимоги щодо рівня компетенції, повноважень та обов'язків працівників готельного підприємства.

Більш того, для підтримки високого рівня обслуговування туристів у готельному підприємстві повинен бути розроблений і впроваджений план підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу. На сучасному ринку освітніх послуг існує велика кількість курсів та тренінгів для працівників готельного бізнесу, тематика яких залежить від обраної посади. Проте найбільш ефективними вважаються тренінги з проблем клієнтоорієнтованого сервісу, результатом проходження яких стане покращення рівня обслуговування, мотивації персоналу, збільшення рівня лояльності клієнтів та обсягів продажу готельних послуг.

На думку Апенько С.М. і Шавровської М.М., клієнтоорієнтованість персоналу слід розуміти як «сукупність знань, вмінь, навичок, які, завдяки

відповідної мотивації, цінностей і особистісним якостям співробітників, сприяють певній поведінці, встановленню і підтриманню відносин з клієнтами для одержання необхідного результату» [2, с. 52].

На наш погляд, клієнтоорієнтованість у готельному бізнесі ґрунтується на принципах уважного ставлення та повного задоволення потреб та бажань клієнта, персоналізації обслуговування – індивідуального підходу до кожного гостя, досконального знання пропозиції та специфіки готелю, свого клієнта та його потреб, високого рівня компетенції та співпраці персоналу, наявності зворотного зв'язку з клієнтами, надійності та швидкого реагування на запити клієнтів. Клієнтоорієнтований сервіс також передбачає формування сприятливого соціально-психологічного клімату, що позитивно впливає на зовнішній вигляд працівників та підвищує ступінь їхньої доброзичливості.

На думку Охоти В.І., для забезпечення усього комплексу потреб клієнта, керівництво готельного підприємства повинно пояснити персоналу важливість надання якісного обслуговування як необхідної основи добробуту готелю в умовах зростаючої конкуренції. Для цього готельним підприємствам рекомендовано запровадити корпоративну культуру, що надасть працівникам уявлення про мету та завдання готелю, підвищить рівень мотивації персоналу, буде стимулювати на якісну взаємодію з клієнтами. Результатом введення корпоративної культури повинно стати розуміння працівниками готелю свого місця та ролі у виробничому процесі [3, с. 197]. Корпоративна культура клієнтоорієнтованого підприємства повинна будуватися з турботою про власний персонал шляхом миттєвого зворотного зв'язку між працівниками та керівним складом готелю.

На сьогоднішній день ринкові відносини вимагають не тільки покращення якості послуг та зменшення цін, але й поліпшення роботи з клієнтами. Наслідком впровадження клієнтоорієнтованого сервісу повинно стати формування лояльності клієнтів, збільшення частоти та обсягів повторних замовлень, створення послуг із додатковою споживчою цінністю. Залежно від специфіки цільового ринку готелю, його категорії та місця розташування і низки інших специфічних чинників, кожне готельне підприємство має визначити безпосередньо для себе шляхи вдосконалення своєї взаємодії з клієнтами.

Література.

1. Інформаційна система Конкурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vstup.info/2015/i2015okr1b9765b9af-1dd5-4d33-b3ac-813ca023361a.html#okr>

2. Апенько С.Н. Клиентоориентированность персонала в концепции маркетинга отношений / С.Н. Апенько, М.Н. Шавровская // Вестник Омского университета : научный журнал. – Серия «Экономика». – 2010. – № 2. – С. 50-56.

3. Охота В. І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії/ В. І. Охота // Бізнес-Інформ : науковий журнал. – 2014. – № 9. – С.195-200.