

УДК 330.88:338.46

Оксана Давидова

д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри готельного і ресторанного бізнесу,

Світлана Сисоєва

канд. наук з держ. управ., доцент,
доцент кафедри готельного і ресторанного бізнесу,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОСТИННОСТІ ТА КРОС-КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ В СФЕРІ ПОСЛУГ

Готельне господарство є основною складовою індустрії гостинності.

Обслуговування у готелі – це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити споживачів. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування споживачів, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для відвідувачів і тим успішніша його діяльність.

Висока якість обслуговування туристів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг [1].

Послуги проживаючим може надавати персонал готелю (сервісні і номерне обслуговування) і персонал інших підприємств (підприємства торгівлі, перукарня, медпункт тощо), розташованих у готелі.

Готель надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне відношення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до

спілкування без перешкод. Гордістю будь-якого готелю є персонал, здатний говорити різними мовами і справляти добре враження на гостя рівнем своїх знань і гнучкістю спілкування.

Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери, тому, звертаючись до споживача по імені, будь-який працівник готелю зможе домогтися його прихильності. Гості і співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно, щоб кожен споживач міг звернутися до будь-якого співробітника готелю зі своїми проблемами й турботами і його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно виявляти турботу про гостя. Кожен член колективу готелю стає єдиним цілим з тими послугами, що надає готель.

Культура поведінки готельного працівника містить у собі всі складові зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила стосунків і звертання, вміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи і до колективу. Для готельного працівника дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини [2].

Тактовна поведінка готельних працівників складається з ряду факторів. Головний з них – це вміння не помічати помилок і недоліків у поведінці гостей, не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої зацікавленості до їх одягу, звичаїв, традицій. Не можна задавати непотрібних запитань, розповідати про свої справи, виявляти настирливість. Не можна показувати споживачеві, чи подобається він тобі чи ні, робити непотрібні зауваження, читати моралі, висловлювати різні претензії, розпитувати гостей про їхнє особисте життя. Працівникам необхідно вести себе тактовно і відносно відвідувачів гостей – не можна розпитувати їх про мету візиту, а також заходити в номер без дозволу проживаючого.

Тактовність виявляється і в увазі до споживача. Якщо він занедужав, потрібно допомогти йому дістати ліки, зателефонувати. Особливо уважним і тактовними треба бути до людей похилого віку, прощати їхні вади – адже вони часто неуважні, забудькуваті і уразливі.

Гідність і скромність – обов’язкові для готельного працівника риси характеру.

Культура поведінки і спілкування пов’язані і з поняттям культури мови. Готельному працівникові необхідно вміти грамотно, чітко викладати свої думки. За культурою мови, як і за тоном, потрібно стежити постійно. Культура мовного етикету припускає не лише уміння говорити, але й уміння слухати. Уважно вислухати співрозмовника, не перебиваючи його, і виявити при цьому щире співчуття – мистецтво [3].

У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку туристів. Готелі повинні мати широку інформацію про наявність, розташування і режим роботи служб, у тому числі перукарні, ремонту годинників, проявлення і друкування фотоматеріалів, прокату предметів культурно-побутового призначення, кіосків з продажу газет, сувенірів, книг, тощо, а також рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.

Номери готелів повинні бути забезпечені буклетами готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонів служб, пам’яткою протипожежної безпеки мовами основних гостей готелю і англійською мовою.

Якість підготовки номерів, справність та комплектність обладнання, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетних засобів повинні неодмінно перевірятися адміністрацією. Заселення гостей у не-підготовлені номери є неприпустимим.

Отже, головними завданнями керівників підприємств готельного бізнесу є навчання та мотивація персоналу, подолання комунікативних бар’єрів, поширення етичних норм, що сприятиме формуванню крос-культурної комунікації, яка дозволить розвинути здатність адаптації до швидко мінливих умов бізнес-середовища, сформуванню позитивний імідж підприємства у цілому [4,5].

Ключові слова: готельний бізнес, послуга, персонал, культура, якість.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Ю. Концептуальні фактори розвитку готельно-ресторанної галузі України / Давидова О. Ю., Ліннік В. Ю. // Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова. Серія: Економіка : зб. наук. пр. – Одеса, 2015. – Т. 20. Вип. 6. – С. 36–40.
2. Давидова О. Ю. Формування стратегії реалізації ефективного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства: науково-практичний підхід / Давидова О. Ю. // Управління економічними системами та процесами в умовах глобалізаційних трансформацій : колект. моногр. – Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2020. –С. 167–176.
3. Levchuk A. Basis principles rational balanced diet for athletes / Alla Levchuk, Mariia Paska // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез. II Міжнар. наук.-практ. конф. (7–8 жовт. 2021 р.). – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2021. – С. 107–108.
4. Бурак О. С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів [Електронний ресурс]. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf.
5. Ляховик О. Актуальні проблеми міжкультурної комунікації у сфері туризму / О. Ляховик // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. – 2011. – Т. 24 (63), № 2, ч. 1. – С. 148–152.