

Секція № 5
Осьмьоркіна Н.М.,
викладач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини

ГОСТИННІСТЬ – ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ЕЛЕМЕНТ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Поняття «гостинність» старе, воно є детермінантом сфери послуг. В основі даного терміна лежить слово «host» (хазяїн), «hospice» (притулок), «hotel» (палац, будинок, призначений для перебування в ньому важливих гостей).

Гостинність з наукової точки зору визначає систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей, їх обслуговування шляхом надання ряду послуг [1, С. 48].

Незважаючи на існуюче розмаїття закладів розміщення, кожен із них покликаний здійснювати функцію гостинності й виконувати технологічні процеси надання тимчасового помешкання.

У будь-якому закладі розміщення виділяють такі основні підрозділи:

- адміністрацію;
- службу управління номерним фондом;
- харчування;
- інженерно-технічну службу;
- допоміжні та другорядні служби.

Деякі з них займаються виробництвом послуг (пральня, кухня), інші – їх наданням (покоївки, ресторан), і всіх об'єднує інформаційне забезпечення та обслуговування (бронювання, портсьє).

Кожна структура визначає повноваження й обов'язки працівників, кожен підрозділ використовує специфічну технологію, а всі разом прагнуть одного – задоволення потреб гостя.

Клієнт є найважливішою фігурою для туристичного закладу. Клієнт не залежить від нас, але ми залежимо від нього. Клієнт є сенсом і ціллю роботи закладу.

Підприємство гостинності не робить клієнтові послугу, обслуговуючи його, а гість робить послугу, надаючи можливість обслужити його. В очах готельєрів клієнт – це «король», а задоволення його потреб є найважливішим завданням працівників індустрії гостинності.

Із розвитком людської цивілізації надання гостинних послуг людям, які з різних причин опинилися поза домом, перетворювалося у професію для дедалі більшої кількості людей, поки не стало справжньою індустрією.

Індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей [2, С. 105].

Гостинність – комплексна послуга, якій притаманні визначені споживчі властивості та яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв «вторинного попиту» на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності [3, С. 57].

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності підприємства готельного та ресторанного бізнесу при обслуговуванні туристів та інших гостей прагнуть забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищують рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонуючи широкий набір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі послуги, послуги бізнес-центру,

поштово-телеграфні, послуги щодо організації дозвілля, послуги прокату, банківські послуги тощо.

У сучасному готельному та ресторанному бізнесі жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу.

Отже, індустрія гостинності є збірним поняттям, що охоплює різні форми діяльності в сфері послуг, пов'язані з прийомом і обслуговуванням гостей з метою отримання прибутку. Вона охоплює всю сферу послуг, включаючи готельну та ресторанну справу, туристський і транспортний бізнес, комерційне шоу, ігровий бізнес.

Найвищою метою ділової активності у сфері гостинності є задоволення потреб клієнта, і тільки потім – збільшення доходів підприємства.

Справжні прибутки – це результат доброї організації готельного і ресторанного бізнесу, а не самоціль.

Якщо рівень обслуговування задовольняє клієнта, він сплатить за надані послуги і в майбутньому не тільки повернеться до цього готелю чи туристичної агенції, а й порадить даний заклад своїм знайомим і друзям.

Список використаних джерел:

1. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посібник / Г.Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
2. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу / Г.Б. Мунін, Ю.О. Карягін, Х.Й. Роглев., С.І. Руденко. – К.: Кондор, 2008. – 460 с.
3. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. / М.П. Сальська, І.Г. Пандяк. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.