

Таким чином українці не тільки зберігають гастрономічні традиції, а ще й популяризують національні страви. Необхідно зазначити, що ресторани з українською кухнею працюють у багатьох країнах світу: Польща, Литва, Латвія, Румунія, Молдова, Велика Британія, Чехія, США, Японія, Китай і навіть ОАЕ [4].

Сучасна українська кухня – це не тільки перелік національних страв, це ще й історія, зв'язок зі своїм корінням, уявлення про гостинність й етнічну єдність. Тому популярність унікальної та неповторної української кухні зростатиме та набуватиме підвищеного попиту в усьому світі.

Список використаних джерел

1. Плюта О. П. Національна кухня як комплекс культурно-побутових традицій України / Олена Павлівна Плюта. // Студії молодих учених. – 2017. – № 1. – С. 148.
2. Остапенко Т. Особливості української кухні [Електронний ресурс] / Т. Остапенко – Режим доступу до ресурсу: <https://sites.google.com/site/osoblivostiukraienskoiekuhni/osoblivosti-ukraienskoie-kuhni>
3. Автентичні смаки України [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://authenticukraine.com.ua/authentic-savor-of-ukraine>
4. Ресторани української кухні за кордоном [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://visitukraine.today/uk/blog/1270/restorani-ukrainskoi-kuxni-za-kordonom-14-zakladiv-u-riznix-krainax-svitu>

Гурова К.,

5 курс, 2м група ФРГТБ ДТЕУ

Науковий керівник

Босовська М., д-р екон. наук, проф. (ДТЕУ, м. Київ)

DIGITAL-МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Індустрія гостинності відрізняється потужною конкуренцією, і надання послуг високої якості є одним із основних факторів конкурентоспроможності підприємства. Саме тому digital-менеджмент якості став незамінним інструментом для підвищення якості послуг,

що пропонують у галузі. Digital-менеджмент якості означає використання програмного забезпечення для моніторингу та контролю якості, збору відгуків, керування онлайн-репутацією, а також дозволяє навчати й сертифікувати працівників. Таке програмне забезпечення зазвичай розміщується в хмарному середовищі та належить до категорії Quality Management System (QMS). Прикладами можуть слугувати системи ALICE, Revinatе, Medallia тощо.

На практиці під digital-менеджментом якості здебільшого розуміють такі процеси: збір зворотного зв'язку, його обробку та відповідні дії від закладу гостинності.

Методів збору фідбеку за історію розвитку індустрії вигадано чимало. Однак, використання сучасних цифрових технологій надає велику перевагу, адже не завжди гості готові вказати персоналу на недоліки при особистому контакті. Найбільш поширеними digital-способами є: онлайн-опитування, відгуки на веб-платформах, QR-коди, чат-боти та дописи у соціальних мережах.

Онлайн-опитування поширюють через e-mail, SMS, мобільні додатки, веб-сайти, соцмережі та месенджери. Онлайн-форми опитувань заповнити швидко та легко, що надає готелям великий обсяг зворотного зв'язку. Для цього способу, як правило, доволі легко використовувати інструменти аналізу даних, що допоможе визначити тенденції та закономірності у побажаннях гостей.

Відгуки на таких онлайн-платформах, як TripAdvisor, Yelp, Google, Booking, Expedia – один із найкращих методів моніторингу задоволеності гостей та порівняльного аналізу із конкурентами. Для бізнесу у цьому контексті важливо активно моніторити та реагувати як на позитивний, так і негативний онлайн-фідбек. [1].

QR-коди. Зручний і економічно ефективний метод збору відгуків. Розміщують по всій території закладу, щоб гості могли сканувати їх за допомогою мобільного пристрою. Перевага – можливість налаштувати відповідно до конкретних потреб підприємства. [2].

Чат-боти. Використовуються не тільки для збору фідбеку у режимі реального часу, а також як пряму лінію зв'язку зі службою підтримки. Чат-боти можна запрограмувати відповідати на певні ключові слова чи фрази та надавати гостям персоналізовану допомогу і рекомендації.

Соціальні мережі. На відміну від онлайн-платформ, де відгуки зосереджені на сторінці закладу, у соціальних мережах користувачі залишають їх не тільки на офіційних, а в більшості випадків – на персональних сторінках, за хештегами чи у незалежних групах. Для моніторингу за рівнем задоволеності, скаргами та трендами використовуються спеціальні інструменти на кшталт Brandwatch.

Окрім новітніх digital-способів, які майже замінили більшість «традиційних» способів, таємний гість не тільки не втратив актуальності, а й трансформувався, ставши ще кориснішим, ніж будь-коли. Таємні гості користуються різноманітними цифровими інструментами та технологіями для проведення своїх оцінок. Підприємства використовують мобільні додатки чи спеціальні веб-платформи для роздачі завдань і збору даних. Ці програми часто містять такі функції, як GPS-відстеження, фотозйомка та форми звітів для кожного з необхідних етапів, що дозволяє значно збільшити кількість та точність даних і, цінність фідбеку.

Отриманий зворотний зв'язок від гостей потрібно обробити для подальшого реагування. Результат аналізу відгуків – розпізнати типовий шаблон, категоризувати, пріоритезувати, а також виявити потенційні екстрені ситуації, які потребують негайної уваги [3].

Варто зазначити, що не менш важливо вчасно реагувати на конфліктні ситуації та екстрені випадки, тобто не допустити перетворення диму на велике полум'я, яке, в гіршому, може призвести до PR-катастрофи. І обов'язково вживати заходів, щоб унеможливити подібного в майбутньому.

Соціальні мережі можуть стати як джерелом PR-катастроф, так і навпаки – потужною основою для залучення нових гостей та підвищення лояльності вже існуючих. Правильні дії персоналу та налаштовані інструменти digital-менеджменту якості можуть стати поштовхом до появи вірусних дописів чи відео, які є додатковою ефективною рекламою.

Отже, digital-менеджмент якості та використання його інструментів – невід'ємна частина управління якістю в сучасних закладах гостинності. Для задоволеності та лояльності гостей необхідно, щоб працював ланцюг digital-менеджменту якості, а саме: збір зворотного зв'язку, обробка та адекватна реакція.

Список використаних джерел

1. Catron D. Tripadvisor, Airbnb, Expedia, Booking.com web traffic bodes well for 2023. URL: <https://www.phocuswire.com/tripadvisor-airbnb-expedia-booking-2023-travel>
2. Valtonen A. How to Collect Feedback. 2022. URL: <https://beamian.com/how-to-collect-feedback-from-virtual-event-participants/>
3. Maonaigh G., Townsend S. Customer feedback strategy: How to collect, analyze and take action. 2019. URL: <https://www.intercom.com/blog/customer-feedback-strategy/>