

УДК 338.46:640.41 (045)

ЯКІСТЬ НАДАННЯ ПОСЛУГ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

*Чередниченко А. О., к.е.н., ст. викладач,
Калінін М. В., бакалавр (ХНУМГ ім. О.М. Бекетова)*

В статті розглянуто актуальне питання якості надання послуг в готельному господарстві. Конкурентоспроможність підприємства готельного господарства залежить від якості наданих послуг. Якість готельних послуг можна оцінити лише в момент її надання, тому одним із ефективних способів моніторингу якості є опитування клієнтів шляхом заповнення анкети. На результатах якої приймаються рішення щодо поліпшення якості надання послуг в готелі.

Ключові слова: якість, якість послуг, готельне господарство, туризм, міжнародний туризм.

КАЧЕСТВО ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

*Чередниченко А. А., к.э.н., ст. преподаватель,
Калинин М. В., бакалавр (ХНУГХ им. А.Н. Бекетова)*

В статье рассмотрен актуальный вопрос качества предоставления услуг в гостиничном хозяйстве. Конкурентоспособность предприятия гостиничного хозяйства зависит от качества предоставляемых услуг. Качество гостиничных услуг можно оценить только в момент ее предоставления, поэтому одним из эффективных способов мониторинга качества является опрос клиентов путем заполнения анкеты. По результатам анкетирования принимаются решения по улучшению качества предоставления услуг в отеле.

Ключевые слова: качество, качество услуг, гостиничное хозяйство, туризм, международный туризм.

THE QUALITY OF SERVICE AS A KEY FACTOR IN THE ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES OF HOTEL INDUSTRY

*Cherednychenko A. O., Candidate of Economic Sciences, p. teacher,
Kalinin M., bachelor degree,
(O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv)*

The article considers topical issues of service quality in the hotel industry. The competitiveness of the enterprises of the hotel industry depends on the quality of services provided. The quality of hotel services can only be assessed at the time of its rendering,

therefore, one of the most effective ways of monitoring quality is the customer survey by completing the questionnaire. It is accepted good practice when staying in the hotel, at check out, offer to fill in a special questionnaire where he can appreciate during your stay services and write a review. It can cover basic services such as room service, breakfast, check in at reception, and the results of which decisions are taken for improving the service quality in the hotel.

Keywords: *quality, quality of service, hospitality, tourism and international tourism.*

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. В сучасних умовах глобальної фінансової кризи, розвитку ринкового господарства визначальним фактором іміджу та конкурентоспроможність підприємств є співвідношення «ціна – якість». Ринок готельного господарства в Україні характеризується зростанням пропозиції але водночас скороченням попиту на послуги розміщення, що посилює конкуренцію в галузі. Особливу актуальність набуває проблема забезпечення відповідного рівня якості послуг підприємств індустрії гостинності за умови недостатнього досвіду її розвитку в Україні. При тому велике значення надається покращанню якості надання послуг відповідно до міжнародних вимог і стандартів. Тому одним з найважливіших напрямків є формування стратегічних конкурентних переваг та забезпечення готельної індустрії послугами більш високої якості. Це обумовлює перегляд засад управління на підприємствах готельного господарства з позицій розробки, забезпечення, досягнення та систематичного підвищення рівня якості послуг.

Аналіз досліджень і публікацій. Питанням якості, формуванням системи управління якістю присвятили свої праці Е. Лемінг, Дж. Джуран, С. Ільєнков, Ф. Котлер, Ф. Тейлор, С. Скобкін, І. Тушканова, Дж. Уокер та ін., а серед вітчизняних дослідників цим питанням займалися М. Бойко, Г. Бондаренко, В. Дикань, К. Коляда, О. Момот, І. Сидоренко, Т. Сокол, М. Шаповалова та

ін. [2-14]. В роботах вищенаведених авторів приділена увага поняттям «якість», «якість послуг», побудові системи управління якістю. Дані поняття розглядаються переважно в загальному аспекті без урахування специфічних умов діяльності готельних підприємств як важливої складової туристичної індустрії.

Мета статті полягає у визначенні якості як ключового фактору привабливості в туристичній галузі та способу оцінки якості наданих послуг готельного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Після розпаду Радянського Союзу, в державах, які раніше входили до нього, кількість приватних підприємств з кожним роком тільки збільшується по відношенню до підприємств державних. Це, в свою чергу підвищує рівень конкуренції між ними і спонукає до виробництва більш якісного продукту в тій ніші ринку яку займає виробник. Все це проходить і наша держава Україна. В результаті проведеної приватизації на ринку готельних послуг з'явилася велика кількість самостійних учасників, послуги яких не можуть не повторюватись. При цьому це не означає, що одна і та сама надана послуга в різних підприємствах готельного господарства буде ідентичною і мати однакову оцінку клієнта. Для готельних послуг, які мають специфічний характер, а тобто виробляються і надаються одночасно з безпосередньою взаємодією виконавця і споживача і мають індивідуальний характер, момент прояву конкурентоспроможності збігається з моментом виробництва і передачі гостю готельної послуги.

Взаємодія споживача і виконавця, при наданні послуг, робить важливим споживчу думку або оцінку результату і якості послуг. Причому, споживач бере активну участь в процесі надання послуги і може впливати на якість кінцевої продукції відповідно до своїх побажань і вимог. З цього логічно виходить наступна особливість готельних послуг - мінливість якості. Готельні послуги відрізняються мінливістю. Тобто їх якість залежить від того, наскільки кваліфікований і мотивований персонал надає цей продукт, також в якому настрої споживач і за яких умов проходить виробництво і надання послуг. Також, послуги найчастіше сприймаються в комплексі з іншими, що ускладнює можливість контролювати їх якість. Тим часом, якість послуги - один з головних факторів успішної конкуренції на ринку послуг.

Згідно нормативних документів, готельна послуга – це дія або послуга підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, або інших аналогічних місцях розташування [1].

Ще одна особливість готельних послуг – це їх неосяжність. Тобто їх неможливо оцінити ні до ні після надання, вони існують тільки в процесі їх надання та споживання. Послуга не має фізичного агрегатного стану як товари в магазині. Послуга виступає як обіцянка чи договір, що передбачає високу довіру між тим хто її надає і тим хто споживає. Це визначає завдання для готельних підприємств – зробити так щоб клієнт мав довіру до підприємства, що в подальшому буде посилювати відчутність виробленої послуги та збільшення лояльності гостей саме до цього закладу розміщення.

Неможливість зберігати послуги – це особливість готельного підприємства. Послуги не зберігаються, що є наслідком їх нематеріальності. Дана особливість готельних послуг передбачає необхідність

поєднання вироблених послуг з попитом з метою мінімізації втрат через низький попит послуг.

Як було зазначено вище, готельний бізнес - це вид підприємницької діяльності, а мета будь якого підприємства полягає в якомога інтенсивнішій реалізації товарів і послуг. У той же час, в світі, в тому числі і в нас, на ринках багатьох товарів і послуг сформувався стан, коли пропозиція перевищує попит. В цьому випадку підприємці змушені виробляти продукцію або надавати послугу з оглядом на всі потреби споживача і дослухатись до його побажань, виробляти продукцію або послугу з упором на якість, а в протилежному разі місце підприємства на ринку займуть його конкуренти.

Якість послуг - це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача - це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступені задоволення клієнта - це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим.

Для ефективного забезпечення якості і конкурентоспроможності послуг готелю актуальною проблемою є управління проектуванням і контролем їх якості. При цьому ключову роль має не лише виявлення внутрішніх причин, але і вивчення потреб клієнтів, а також способи задоволення даних потреб [2].

Якість готельної послуги - це дотримання певних єдиних стандартів і задоволення очікувань споживача щодо складу та властивостей цієї послуги, що в сумі задовольняє індивідуальних потреб гостя в проживанні, харчуванні та інше обслуговуванні в межах готелю. Тобто оцінка готелю гостем складається з оцінки всіх наданих послуг за час проживання. В такому випадку робити ухил в якість

чогось одного буде не правильним оскільки враження можуть бути змінені в поганий бік у випадку неякісного обслуговування під час суміжних додаткових послуг. Споживач завжди буде обирати місце де якість товару чи послуг будуть задовольняти його потреби.

Оцінка гостем одержуваного обслуговування - процес в більшості суб'єктивний, в силу того, що кожна людина унікальна і має свої унікальні потреби, певні очікування і суб'єктивне сприйняття одержуваного обслуговування. В процесі отримання споживачем очікуваної послуги, навіть якщо вона надається на основі міжнародних загальноприйнятих стандартів, одну й ту саму послугу різні споживачі оцінять по різному, хоча загалом це буде позитивна оцінка. Ефект надання послуги визначається багатьма факторами які її формують. Це може бути освітлення, інтер'єр, якість обслуговування, страва в ресторані і т.д.

Те що готельна послуга є нематеріальним продуктом, обумовлюється її природою, це ускладнює можливість точної і об'єктивної оцінки та підтвердження якості за тими самими методами, що розроблені для сфери матеріального виробництва. Тому логічно стверджувати, що оцінка і контроль якості таких послуг, з боку керівництва, ускладнюється тим, що це треба робити в процесі їх пропозиції, виконання і споживання. Тому послугу треба наділити властивостями, що забезпечать контроль не тільки технологічної, а й функціональної складової якості послуги. Це полегшить в майбутньому пошук недоліків якості пропонованих послуг для конкретного готельного підприємства, визначити конкретні причини цих недоліків, та надасть можливість усунення конкретних проблем без втрати часу на їх пошуки.

Існує загальноприйнята практика, коли гостю готелю, при виїзді,

пропонують заповнити спеціальну анкету (рис. 1.), де він може оцінити отримані під час проживання послуги та написати відгук. Анкета може охоплювати як основні послуги, такі як номер, сніданок, реєстрація у адміністратора, так і додаткові – СПА-процедури, тренажерний зал, замовлення квитків, послуги аніматорів, обслуговування в ресторані і т.п. Проте така анкета не повинна бути об'ємною і складною щоб людина не відмовилась витратити на неї свій час, але й містити всі важливі пункти для керівництва готелю для виявлення високого чи низького рівня обслуговування, та усунення конкретних недоліків.

Якість наданої послуги залежить не лише від моніторингу за її виконанням. Також потрібні умови для надання послуг. Правильно обдумане управління якістю послуг, що надаються, є одним із факторів підвищення рівня обслуговування клієнтів, забезпечення його економічної безпеки, прибутковості готелю.

У практиці управління якістю готельних послуг потрібно виділити декілька етапів:

- прийняття рішень щодо переліку готельних послуг, що надаються або будуть надаватися;
- перевірка готовності готелю до надання цих послуг та перевірка плану по персоналу;
- аналіз процесу надання готельних послуг;
- визначення ключових факторів успіху, проаналізувавши попит та конкуренцію;
- визначення основних напрямів інноваційної діяльності, якщо в цьому є потреба;
- усунення недоліків в роботі готелю;
- порівняння досягнутих параметрів робіт з встановленими стандартами;
- розробка довгострокових чи стратегічних планів у сфері гостинності.

Анкета			
Ваше ім'я:			
Номер кімнати:			
Дата проживання:			
<i>Будь ласка прокоментуйте наші послуги:</i>			
	Добре	Задовільно	Погано
Служба прийому:			
Добррозичлива зустріч			
Швидкість обслуговування			
Номер:			
Комфорт			
Чистота			
Тиша			
Зручність ліжка			
Температура			
Ванна кімната			
Ціна			
Сніданок:			
Якість приготування			
Обслуговування			
Ціна			
Ресторан:			
Якість приготування			
Обслуговування			
Атмосфера			
Ціна			

Рис.1. Приклад анкети оцінки якості наданих послуг в готелі

Висновки. Отже якість надання послуг – це складний, важко регульований але важливий аспект сучасного готельного господарства. Приймаючи до уваги, що сам продукт готельного господарства є нетиповим в порівнянні зі звичайними товарами, з якими ми кожного дня зустрічаємося в побуті, для його виробництва потрібні спеціальні умови, та кожного разу одна й та сама послуга подається індивідуально для кожного, стандартизація якості та її підтримка і контроль є важливою складовою успішного розвитку як одного суб'єкту готельного господарства України так і всього ринку в цілому.

Оскільки зараз в світі розвивається міжнародний туризм, то існують певні

стандарти якості на міжнародному рівні розроблені Всесвітньою Туристичною Організацією, що регулюють і полегшують співпрацю між туроператорами та корпоративними партнерами з готелями по всьому світі. Так як при переговорах це дає впевненість в якості наданих послуг, а наявність сертифіката, що виданий авторитетним органом, збільшує впевненість в підприємстві готельного господарства. Клієнт повинний бути впевнений, що якість послуг, які йому пропонуються, відповідає його потребам. В сучасних реаліях українського ринку якість готельних послуг перейшла з рівня другорядного до рівня важливого і необхідного.

**ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ
ДЖЕРЕЛ**

1. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : затв. наказом від 16.03.2004 р. N19 / Україна. Державна туристична адміністрація // Все про бухгалтерський облік. – 27.03.2007. – N29. – С. 3-6.
2. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвардс Деминг ; Пер. с англ. — 5-е изд. — М.: Альпина Паблшер, 2012. — 419 с.
3. Джуран Дж. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденции и перспективы управления качеством / Дж. Джуран. – М.: Стандарты и качество, 2004. – 624 с.
4. Дикань В. Управління якістю як фактор конкурентоспроможності підприємств / В. Дикань // Економіка України. – 1996. – № 1. – С. 43–48.
5. Ильенков С. Д. Управление качеством: учебник для вузов / С. Д. Ильенков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 334 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Под ред. Р. Б. Ноздрёвой. – М.: Юнити, 1998. – 787 с.
7. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості / О. І. Момот. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.
8. Мухин В. И. Исследование систем управления: ученик / В. И. Мухин. – М.: Экзамен, 2002. – 384 с.
9. Нобель Г. Типичные ошибки некоторых гостиничных служб / Г. Нобель, Ш. Томпсон / Гостиница и ресторан. – 2002. – № 1. – С. 16- 17.
10. Скобкин С. С. На пути к качеству / С. С. Скобкин // Парад отелей. – 2004. – № 4. – С. 25-30.
11. Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе / С. С. Скобкин. – М., 2001. – 224 с.
12. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах / Т. Г. Сокол. – К.: Альтепрес, 2009. – 447 с.
13. Уніфіковані технології готельних послуг: навч. посіб. / За ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Вища шк., 2001. – 237 с.
14. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: учебник / Дж. Р. Уокер; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 463 с.