

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

WAYS OF LOWERING THE QUALITY OF HOTEL BUSINESS IN UKRAINE

У статті розглянута динаміка розвитку готельного сектору. Її можна оцінити позитивно: за останні два-три роки ринок змінився. Зростає інтерес до готельного бізнесу з усіх боків: цікавість виявляють банки, страхові компанії, будівельні компанії, навіть крупні гравці туристичного ринку – всі будують свої готелі. Введення в готельний бізнес нових інформаційних технологій сприяє поліпшенню якості обслуговування за одночасного скорочення персоналу. Комп'ютерні технології дають змогу вирішувати багато завдань сучасного менеджменту і маркетингу досконалішими засобами.

Ключові слова: готель, якість, послуга, удосконалення послуг, механізм управління, готельний бізнес

В статье рассмотрена динамика развития гостиничного сектора. Ее можно оценить как положительную: за последние два-три года рынок изменился. Растет интерес к гостиничному бизнесу со всех сторон: интерес проявляют банки, страховые компании, строительные компании, даже крупные игроки туристического рынка – все строят свои отели. Введение в гостиничный бизнес

новых информационных технологий способствует улучшению качества обслуживания при одновременном сокращении персонала. Компьютерные технологии позволяют решать многие задачи современного менеджмента и маркетинга совершенными средствами.

Ключевые слова: гостиница, качество, услуга, совершенствование услуг, механизм управления, гостиничный бизнес.

In this article, the dynamics of the hotel sector development considered can be assessed as positive: in the last two or three years the market has changed. The interest in the hotel business from all sides is increasing: interest banks, insurance companies, construction companies, and even large players of the tourist market reveal interest – all are building their hotels. Introduction to the hotel business of new information technologies helps to improve the quality of service while simultaneously reducing staff. Computer technologies allow us to solve many problems of modern management and marketing with more advanced means.

Key words: hotel, quality, service, improvement of services, management mechanism, hotel business.

УДК 338.48:640.41

Пінчук А.С.

к.е.н., доцент

Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв

Атанасевич О.Є.

студентка

Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв

Постановка проблеми. Ефективне функціонування готельного господарства є показником позитивних змін в економіці нашої держави, воно сприяє зміцненню міжнародних зв'язків та інтеграції України у світове співтовариство. Пріоритетним напрямом розвитку сфери готельних послуг є доведення їх якості до міжнародних стандартів та вдосконалення технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дасть змогу краще задовольняти потреби клієнтів.

Готельне господарство в Україні розвивається не досить швидкими темпами. Основу матеріально-технічної бази готельного господарства в країні становлять заклади розміщення у великих адміністративних центрах (Київ, Донецьк, Львів, Харків, Дніпропетровськ, Одеса), де намагаються рівень комфорту і якість обслуговування доводити до рівня міжнародних стандартів.

Збільшення кількості підприємств готельного господарства спостерігається в таких областях, як Львівська, Луганська, Сумська, Харківська, у м. Київ. Найбільша кількість підприємств готельного типу розташована в м. Києві (8,8% від загальної кількості), Дніпропетровській (8,6%), Одеській (6,4%), що пов'язано з високим рівнем їх індустріального розвитку.

Ефективність використання готельних підприємств залежить від багатьох факторів: якості обслуговування, зіркової категорії готелів, наявності при підприємствах структурних підрозділів, що надають додаткові послуги, комфортабель-

ності та технічного устаткування номерів. Більшість українських готелів не відповідає основним європейським стандартам. Для вдосконалення обслуговування клієнтів підприємства готельного господарства збільшують кількість номерів класів люкс і напівлюкс. Зроблені перші кроки для розвитку цивілізованого ринку готельних послуг з урахуванням міжнародних вимог до засобів розміщення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Соціально-економічним та організаційно-правовим проблемам ринкової економіки в сфері готельного господарства і туризму присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних учених: Л.Г. Агафонові, В.І. Азара, С.І. Байлика, О.О. Бейдика, Р.А. Браймера, Дж. Боуена, Н.І. Кабушкіна, Г.А. Карпові, В.А. Квартальнова, Ф. Котлера, О.О. Любіцевої, М.М. Мальської, І.Г. Пандяка, Г.А. Папіряна, Т.Г. Сокол, Дж. Уокера, В.К. Федорченка та інших.

Постановка завдання. Туристична індустрія є однією з найбільш високоприбуткових і динамічних галузей світової економіки. Туризм, відповідно до державних програм економічного та соціального розвитку України, визнано однією з пріоритетних галузей народного господарства, завдяки яким наша країна має досягнути сталого економічного зростання та наздогнати за короткий час передові країни світу за рівнем економічного розвитку. Розвивати туризм неможливо без готельної індустрії. Адже навіть поняття «туризм» передбачає необхідність ночівлі. Саме відсутність позитивних змін

у цій ланці часто є головною причиною відсутності позитивних змін у туризмі загалом.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Готельне господарство є головним фактором і основною складовою частиною туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Досвід економічної діяльності останніх років у готельному господарстві України свідчить про повільне підвищення якісних параметрів оцінки продуктивності праці на підприємствах галузі, а інколи якість обслуговування навіть дещо погіршилася, що зумовлює об'єктивну необхідність упровадження, розроблення і використання системи оцінювання та контролю якості послуг у кожному готельному підприємстві. Прискорений розвиток сфери послуг, прагнення підприємств отримати найвищий прибуток та зростаюча платоспроможність споживачів сприяють розширенню та урізноманітненню діяльності готельних підприємств. Одним із найважливіших факторів діяльності під час надання готельних послуг є якість, яка спонукає клієнта обрати той чи інший продукт. У міжнародній практиці є два найпопулярніших підходи до визначення якості обслуговування:

1. Визначення якості обслуговування на основі оцінки корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг – інформація щодо точного уявлення про особливості та властивості наданих послуг, які викликають задоволення споживачів, є засобом виміру рівня якості (наприклад, розкішний готель чи ресторан має вищий рівень якості обслуговування, ніж готель з обмеженими можливостями).

2. Оцінка недоліків у процесі обслуговування клієнтів. Відсутність недоліків – головний шлях досягнення високого рівня якості. Наприклад, готель з обмеженим обслуговуванням, як і розкішний готель, може мати високий рівень обслуговування, якщо пропонувані ним послуги вільні від недоліків і задовольняють вимоги своїх сегментів споживачів [4, с. 169]. Незалежно від зусиль готельного закладу, щоб підтримувати високу якість послуг, навіть у найкраще спроектованому й організованому готелі може з'явитися клієнта, незадоволений його послугами. Тому провідною ідеєю управління якістю є орієнтація на клієнта, повне забезпечення його вимог. Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє основну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний критерій, основними складниками якого є: стан номерного фонду: площа номерів, частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних вигод, наявність номерів для гостей з дітьми, інвалідів тощо; стан

меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення тощо; наявність і стан підприємств харчування: ресторанів, кафе, барів, їдальень; стан будівель, шляхів під'їзду, майданчика для паркування автотранспорту, стоянки, благоустрої прилеглої до готелю території; – інформаційне забезпечення та технічне оснащення, в тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо [2, с. 162]. Механізм управління якістю готельних послуг повинен бути спрямований на вироблення управлінських рішень і здійснення комплексу управлінських дій щодо планування, надання та реалізації послуг високого рівня якості. Сьогодні у світовій практиці гостинності одним із найефективніших шляхів підвищення якості послуг визнано державні механізми регулювання у формі сертифікації та стандартизації. Процес сертифікації передбачає систему заходів, які засвідчують на завершальному етапі документальним підтвердженням відповідності послуг встановленим стандартам. Сертифікація тісно пов'язана із стандартизацією. Слово «сертифікація» в перекладі з латинської мови означає «зроблено правильно». Для переконання, що послуга «надана правильно», необхідно знати, яким вимогам вона повинна відповідати і яким чином можна дістати достовірні докази цієї відповідності. Загальновизнаним способом такого доказу є сертифікат відповідності. Сертифікація – це процедура, за допомогою якої визначений в установленому порядку орган засвідчує відповідність продукції, послуг чи систем якості встановленим законодавством вимогам. Водночас важливими елементами підвищення якості послуг є стандартизація. Це діяльність, спрямована на роботу та встановлення вимог, норм, правил, характеристик, обов'язкових для виконання та рекомендованих, що забезпечує право споживача на придбання послуг належної якості за прийнятну ціну. Мета стандартизації – підвищення ступеня відповідності продукції, процесів послуг їхньому функціональному призначенню та вимогам безпеки. Є різні методи контакту з клієнтом з метою розпізнання його вражень про заклад та обслуговування в ньому. Одним із найбільш відомих способів надання клієнту можливості висловити свою думку про послуги є розповсюдження в номерах та ресторанах анкет, які допомагають клієнтам зробити оцінку якості послуг. Естетично надруковані анкети на гарному папері, адресовані дирекції закладу, з поміткою-проханням залишити анкету в адміністратора, дедалі частіше можна бачити в готелях. Вони дають змогу здійснити аналіз настроїв клієнтів про послуги загалом та окремі елементи обслуговування. Обсяг анкети може бути різним. Опрацьовуючи анкету, варто враховувати, що значна

кількість запитань дає великий обсяг інформації, проте занадто велика анкета не схиляє гостей до її заповнення. Є й інші методи управління якістю обслуговування, а саме: економічні, організаційні та соціально-психологічні. Діюча система економічних методів управління ділиться на методи, передбачені державним законодавством, і такі, що застосовуються безпосередньо керівництвом підприємства. До економічних методів управління, застосовуваних державою, відносять: систему пільг та кредитів, систему оподаткування, цінове регулювання та економічні санкції. До методів, застосовуваних керівництвом підприємства, відносять: систему матеріального стимулювання, метод госпрозрахунку та матеріальні санкції. Удосконалення економічних методів управління тісно пов'язане із удосконаленням системи нормативів, що є особливо важливим, оскільки економічні методи є основною економічною складовою частиною механізму управління й водночас виступають базою реалізації організаційно-адміністративних методів. Незважаючи на широкий спектр прийнятих законів, постанов та інструктивних матеріалів, якість обслуговування в більшості вітчизняних готельних підприємств залишається низькою, а ціни й тарифи на послуги наближаються до найвищого рівня. Це пояснюється застарілістю матеріально-технічної бази готелів та браком коштів на її поновлення та поповнення, недостатнім професійним рівнем як керівництва, так і обслуговуючого персоналу, недосконалістю технічного забезпечення підприємств. Проте ситуацію виходу з кризи гальмує недосконалість системи оцінки та контролю якості обслуговування й механізму регулювання цін на послуги готелів України. Взаємозв'язок і взаємозалежність якості послуг та рівня цін регулюються державою через систему стандартизації й сертифікації послуг. Сертифікація системи якості проводиться за ініціативою заявника з метою підтвердження відповідності системи забезпечення якості готельних послуг вимогам ДСТУ ISO 9002 з урахуванням вимог ДСТУ ISO 9004-2, а також і того, що підприємство може постійно надавати готельні послуги, які відповідають обов'язковим вимогам нормативних документів щодо безпеки і вимог певної категорії (зірки) [1, с. 138]. В Україні робота із сертифікації лише розпочинається. Тому уніфікувати, тобто наближати до світового рівня необхідно насамперед якість матеріальної бази готельного господарства. Критерії оцінки якості готельного обслуговування та систему стандартів класифікації готелів доцільно будувати таким чином, щоб результат сертифікації (кількість зірок, присвоєних готелю) дійсно відповідав високому рівню комфорту з погляду іноземного та вітчизняного споживача як щодо технічної якості мате-

ріально-технічної бази, так і щодо якості роботи персоналу. Лише в цьому разі стандартизація й сертифікація готельної бази ефективно стимулюватиме підвищення якості обслуговування та економічних результатів діяльності вітчизняних підприємств готельного господарства.

Висновки з проведеного дослідження. Важливою проблемою готельного господарства України є відсутність у готелях маркетингових відділів та відділів з управління якістю послуг. Закладам розміщення великих міст становлять конкуренцію приміські готелі з нижчими цінами та високим рівнем якості наданих послуг, що не поступаються відомим світовим готелям. Управління якістю послуг повинно передбачати вивчення ринку послуг гостинності, проведення маркетингових досліджень, відповідно до яких покращення якості готельних послуг повинно здійснюватися відповідно до потреб споживачів.

Необхідно ввести в практику готелю постійне проведення процесів перевірки якості готельних послуг з метою визначення та активного використання можливостей, що забезпечують її підвищення. Для реалізації таких оцінок керівництво повинне створити і забезпечити функціонування системи збирання та поширення даних з усіх відповідних джерел. Керівництво повинне призначити осіб, відповідальних за систему інформації і підвищення якості послуг.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності та підвищення якості готельних послуг в Україні варто:

- реалізувати першочергові заходи з підвищення ефективності використання наявної інфраструктури готельного господарства (освоєння досвіду лідерів України, закордонного досвіду тощо);

- розширити мережу готельних підприємств шляхом будівництва нових об'єктів, створити ефективну систему управління, здійснити професійні маркетингові дослідження, розробити та почати реалізовувати програму активного просування готельного продукту;

- підготувати персонал, відпрацювати принципи і механізми підтримки органами місцевого самоврядування;

- підвищити інвестиційну привабливість, створити систему моніторингу, управлінського обліку.

Для цього необхідно провести маркетингові дослідження та створити портрет гостей. Кінцевою метою аналітичних робіт є розроблення концепції, програми розвитку конкурентоздатної готельної індустрії в Україні. Це забезпечить соціально-економічні результати держави (податкові надходження до бюджету, поліпшення рівня життя населення за рахунок росту зайнятості та середньої заробітної плати працівників готельних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах / О.В. Кузик // Стратегія економічного розвитку України. 2014. № 34. С. 130–135.
2. Міронова Ю.В. Науково-теоретичні основи дослідження маркетингових комунікаційних процесів на підприємстві / Ю.В. Міронова, О.О. Кагряк, О.В. Пітик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 207–214.
3. Шкляєва Г.О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства / Г.О. Шкляєва // Економічний нобелівський вісник. 2014. № 1 (7). С. 509–515.
4. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах / С. М. Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 2. С. 51–54.
5. Нюренбергер Л.Б. Синергетическое использование элементов системы маркетинговых коммуникаций / Л. Б. Нюренбергер // Проблемы современной экономики. 2008. № 4 (28). С. 293–296.

REFERENCES:

1. Kuzyk O.V. Strategichne upravlinnja marketynghovomy komunikacijamy na suchasnykh pidpryjemstvakh / O.V. Kuzyk // Strateghija ekonomichnogho rozvytku Ukrainy. 2014. # 34. S. 130–135.
2. Mironova Ju.V. Naukovo-teoretychni osnovy doslidzhennja marketynghovykh komunikacijnykh procesiv na pidpryjemstvi / Ju. V. Mironova, O. O. Kaghlyak, O.V. Pityk // Visnyk Khmeljnycjkogho nacionaljnogho universytetu. Ekonomichni nauky. 2016. # 1. S. 207–214.
3. Shkljajeva Gh.O. Interaktyvni marketynghovi komunikaciji u menedzhmenti pidpryjemstva / Gh.O. Shkljajeva // Ekonomichnyj nobelivskij visnyk. 2014. # 1 (7). S. 509–515.
4. Vojnarenko S.M. Komunikatyvna polityka pidpryjemstv v suchasnykh umovakh / S.M. Vojnarenko // Visnyk Khmeljnycjkogho nacionaljnogho universytetu. 2011. # 6. T. 2. S. 51–54.
5. Njurenbergher L.B. Synerghetycheskoe yspoljzovanye elementov systemy marketynghovykh kommunykacyj / L.B. Njurenbergher // Problemy sovremennoj ekonomyky. 2008. # 4 (28). S. 293–296.

Pinchuk A.S.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Nikolaev branch of KievNational University Culture and Arts

Atanasevich O.Y.

Student

Nikolaev branch of KievNational University Culture and Arts

WAYS OF LOWERING THE QUALITY OF HOTEL BUSINESS IN UKRAINE

Introduction to the hotel business of new information technologies helps to improve the quality of service while simultaneously reducing staff. Computer technologies allow us to solve many problems of modern management and marketing with more advanced means. Experience of economic activity of the last years in the hotel industry of Ukraine shows a slow increase in the quality parameters of the assessment of labor productivity at the enterprises of the industry, and in some cases, the quality of service even somewhat deteriorated, which predetermines the objective need for the introduction, development and use of the system of evaluation and quality control of services to each hotel enterprise. The accelerated development of services, the desire of enterprises to get the highest profits and the growing solvency of consumers contribute to the expansion and diversification of hotel enterprises. One of the most important factors in providing hotel services is the quality that prompts the client to choose one or another product. An important problem for the hotel industry in Ukraine is the lack of marketing departments and service quality management departments in hotels. Locations of large cities comprise suburban hotels with lower prices and a high level of quality of services that are not inferior to the world's famous hotels. Service quality management should include the study of the hospitality market, marketing research, according to which the improvement of the quality of hotel services should be carried out in accordance with the needs of consumers.