

## ЯКІСТЬ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

### QUALITY AS A DEFINING FACTOR OF PROVISION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

У статті досліджено проблему якості обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Якість обслуговування визначено як відчуття задоволення гостя від наданого сервісу, а якісна готельна послуга – це та, що відповідає його потребам. Обґрунтовано, що рівень якості залежить від ступеня збігу уявлень гостя про реальне й бажане обслуговування. Показано, що основою категорії якості є стандарти, що визначають форму та зміст того, як має відбуватись процес обслуговування. Розглянуто два типи якості обслуговування, а саме технічну та функціональну якість. Доведено, що підвищення якості обслуговування уможливується через запровадження системи загального управління якістю на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Визначено основні складові системи загального управління якістю. Перераховано базові принципи, на яких ґрунтується система загального управління якістю на підприємствах ГРГ.

**Ключові слова:** якість обслуговування, готельно-ресторанне господарство, стандарти, система загального управління якістю, принципи якісного обслуговування.

В статті досліджена проблема якості обслуговування на підприємствах готельно-

ресторанного господарства. Качество обслуживания определено как чувство удовлетворения гостя от предоставленного сервиса, а качественная гостиничная услуга – это та, которая соответствует его потребностям. Обосновано, что уровень качества зависит от степени совпадения представлений гостя о реальном и желаемом обслуживании. Показано, что основой категории качества являются стандарты, определяющие форму и содержание того, как должен происходить процесс обслуживания. Рассмотрены два типа качества обслуживания, а именно техническое и функциональное качество. Доказано, что повышение качества обслуживания становится возможным из-за введения системы общего управления качеством на предприятиях гостинично-ресторанного хозяйства. Определены основные составляющие системы общего управления качеством. Перечислены базовые принципы, на которых основывается система общего управления качеством на предприятиях ГРХ.

**Ключевые слова:** качество обслуживания, гостинично-ресторанное хозяйство, стандарты, система общего управления качеством, принципы качественного обслуживания.

УДК 338.48

Попик М.М.

к.е.н.,

старший викладач кафедри туристичної інфраструктури та сервісу

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

*The article deals with the problem of the quality of service at the enterprises of hotel and restaurant business. The quality of service is defined as a sense of satisfaction of the guest from the provided service, and a quality hotel service is the one that meets guest's needs. It is substantiated that the level of quality depends on the degree of coincidence of the visitor's representations about the real and desired service. It is shown that the bases of the category of quality are standards that define the form and content of how the process of service should take place. Two types of service quality are considered: technical and functional. Technical quality is determined by compliance with the standard requirements for the material provision of hospitality, the use of innovations in the process of customer service, the availability of information technologies in the management of enterprises of hotel and restaurant business. Functional quality is directly related to the very process of services provision, the way they are provided to the client. It is proved that enhancement of the quality of service is possible through the introduction of a total quality management system in the hospitality industry. The quality system contains the following elements: effective business management based on marketing; creation of a corporate culture; implementation of standards of technical quality of service; implementation of standards of functional quality of service; input quality control for products and services of providers; output quality control of services provided at the hotel (restaurant) and their sales by intermediaries. It has been determined that the system of total quality management is based on the following principles: improvement of the quality of the provided services should be of a continuous nature; to improve the quality of services, it is necessary to implement a new philosophy of business, which consists in the inadmissibility of non-conformities; complete discontinuation of contracts on the basis of the lowest prices; widespread application of innovations and know-how; introduction of new management methods, which motivate high-quality work of personnel; removing barriers among divisions and employees; encouraging employees to self-improvement and advanced training; involving of all staff in the process of improving of the quality at all levels of the organization.*

**Key words:** quality of service, hotel and restaurant business, standards, system of total quality management, principles of quality service.

**Постановка проблеми.** Сфера гостинності вважається однією з найбільш важливих складових галузі туризму. Це потужна індустрія, головним завданням якої є обслуговування туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. У більшості країн, що спеціалізуються на в'їзному туризмі, готельно-ресторанна галузь стала однією з пріоритетних сфер національної економіки та є одним з основних джерел поповнення бюджетів цих країн. Для підвищення конкурентоздатності вітчизняних підприємств готельно-ресторанного господарства необхідно вирішити

низку проблем, пов'язаних з удосконаленням системи менеджменту якості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем функціонування та розвитку готельно-ресторанного бізнесу присвячені роботи вітчизняних фахівців, таких як Г. Бондаренко, А. Вакулєнко, Й. Голик, М. Мальська, Л. Мінкевич, Л. Нечаюк, Т. Томалі, Д. Чернявський, Я. Щипанов. Серед зарубіжних дослідників варто відзначити таких, як М. Боєлл, Б. Бротертон, У. Чен, А. Кларк, С. Госс-Тьорнер, У. Легранд, П. Котлер, Т. Ноулс, Р. Слен, Д. Тесон. Незважаючи на те, що

різним аспектам розвитку та управління у сфері готельно-ресторанного господарства присвячено чимало наукових праць, у вітчизняній економічній теорії та практиці проблема підвищення якості обслуговування у галузі готельно-ресторанного господарства (ГРГ) є недостатньо дослідженою та потребує подальшого вивчення.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження поняття якості як ключового чинника конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності та визначення шляхів її підвищення в умовах постійно зростаючої конкуренції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні індустрія гостинності є важливою соціально-економічною категорією. Надання послуг у сфері гостинності набуває дедалі більшого розвитку як частини туристичного сектору економіки країни, а також є одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки, адекватних у своєму становленні основним етапам еволюції суспільства.

Індустрія гостинності – це самостійна сфера економіки, що складається з групи галузей та підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку та розваг. Індустрія гостинності включає готелі та організації, які випускають певні товари й надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом, а саме готелі, підприємства харчування, зокрема ресторанного господарства, екскурсійні бюро, транспортні підприємства, підприємства з виробництва сувенірів, навчальні заклади, науково-дослідні та проектні організації готельно-господарського профіля, інформаційні та рекламні служби, підприємства з виробництва готельно-господарських товарів, які необхідні туристу [1].

Відмінною рисою підприємств індустрії гостинності є виробництво не тільки матеріальної продукції, але й послуг, основним критерієм оцінювання яких є якість. Так, якість обслуговування, або рівень сервісу, сьогодні є чи не єдиним фактором диференціації готелів чи ресторанів аналогічного класу. Перевага в конкурентній боротьбі між підприємствами індустрії гостинності визначальною мірою стала залежати саме від рівня сервісу. Це підтверджується наявністю прямої залежності між наданням якісного обслуговування та величиною прибутку на вкладений капітал, що відзначається експертами в галузі готельно-ресторанного господарства.

Якість обслуговування – це комплексна категорія, вагомих показників ефективності діяльності підприємств ГРГ, об'єкт аналізу, планування й управління. Основною складовою системи якісного обслуговування є якість наданих послуг.

Загалом якість – це категорія, що виражає суттєву визначеність об'єкта, завдяки якій він є саме тим, а не іншим. Якість – це об'єктивна й узагаль-

нююча характеристика об'єктів, що виявляється в сукупності їх властивостей [2].

Якість – це частина задоволення потреб споживача, яка приводить до високого задоволення покупців, отже, великого прибутку. Вона є вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності та надійності підприємств, що зумовлює розвиток нового підходу до управління якістю на підприємствах [3].

Якість – це сукупність властивостей та характеристик послуг, які дають змогу задовольняти зумовлені або передбачувані потреби; рівень якості обслуговування залежить від того, наскільки відповідають уявлення гостя про реальне обслуговування бажаному обслуговуванню [4].

Відповідно до міжнародного стандарту ISO 9000 якість – це сукупність властивостей та характеристик послуг, здатних задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів. Якість спонукає клієнта вибрати той чи інший продукт (якщо не брати до уваги чинник ціни), впливає на рішення клієнта скористатись послугами певного виробника, а не його конкурента [5].

Ми підтримуємо думку таких вчених, як І. Мельник та Т. Химич, про те, що якість готельного обслуговування – це відчуття задоволення гостя від наданого сервісу, а якісна готельна послуга – це така послуга, що відповідає його потребам. Рівень якості залежить від ступеня збігу уявлень гостя про реальне й бажане обслуговування [6].

Основою вивчення категорії якості є стандарти, що визначають форму й зміст того, як має відбуватись процес обслуговування. Це перш за все підтверджується сучасними тенденціями в індустрії гостинності, які відображають загальну спрямованість на підвищення стандартів якості обслуговування.

Ф. Котлер розглядає два типи якості обслуговування, а саме технічну та функціональну. Технічна якість визначається дотриманням стандартних вимог щодо матеріального забезпечення гостинності, використанням інновацій в обслуговуванні клієнтів, наявністю інформаційних технологій в управлінні готельно-ресторанним господарством. Функціональна якість пов'язана безпосередньо із самим процесом надання послуг, з тим, як вони надаються клієнту (оперативність процесу бронювання, поселення, обслуговування в номерах тощо). Вважається, що функціональна якість, надана на найвищому рівні, може поліпшити враження від готелю, який неповністю виправдовує очікування клієнта. Однак якщо функціональна якість погана, то навіть найкраща кімната в готелі не зможе виправити почуття незадоволеності клієнта [7].

Постійно зростаюча конкуренція на ринку готельних-ресторанних послуг спричинила таку ситуацію, коли в готелях та ресторанах анало-

гічного класу, як правило, надаються послуги, ідентичні одна одній за своєю технічною якістю. Внаслідок цього відбулось підвищення ролі функціональної якості в процесі надання послуг. Саме функціональна якість сьогодні є важливим фактором диференціації готелів аналогічного класу та однією з найбільш вагомих складових їх конкурентоспроможності.

Обслуговування може бути якісним тільки тоді, коли підприємство сфери гостинності чітко спрямоване на споживачів, тобто вектори очікувань клієнтів, персоналу та керівництва щодо якості обслуговування мають єдину траєкторію руху, а пріоритетною метою діяльності підприємства є максимальне задоволення потреб клієнтів. Саме тому значна частка підприємств сфери гостинності використовує показник задоволеності споживачів як найважливіший індикатор якості своєї роботи.

Контроль за якістю надання послуг ускладнюється суб'єктивним характером оцінювання рівня обслуговування (як з боку клієнтів, так і з боку менеджерів та безпосередніх виконавців). Однак такі ускладнення можуть бути подолані в тому разі, якщо керівництво підприємства готельно-ресторанного господарства вивчає суб'єктивні потреби своїх клієнтів, розробляє стандарти обслуговування відповідно до їх побажань, а за допомогою ефективних систем мотивації орієнтує своїх службовців на якісну роботу відповідно до цих стандартів задля максимального задоволення споживачів.

Проте навіть якщо службовці прагнуть дотримуватися стандартів у своїй роботі, немає абсолютних гарантій того, що вони надають послуги саме тієї якості, якої хотілося б споживачам. Це пов'язане з так званими проблемами якості, з якими тією чи іншою мірою стикаються всі підприємства індустрії гостинності.

Більшість проблем, пов'язаних із забезпеченням якісного обслуговування, обумовлена обмеженими можливостями контролю за якістю послуг, оскільки, по-перше, праця службовців у сфері гостинності, на відміну від матеріального виробництва, меншою мірою піддається типізації та регламентації, а по-друге, самі службовці під час безпосереднього контакту з клієнтами, як правило, не піддаються безперервному контролю з боку керівництва.

Окрім того, для підприємств готельно-ресторанного господарства набагато більше значення має не стільки можливість виявлення причин неякісного обслуговування задля подальшого їх усунення, скільки їх запобігання. По-перше, виявити всі причини неякісного обслуговування практично неможливо, оскільки більшість незадоволених обслуговуванням споживачів, як правило, не виражає свого невдоволення, але при цьому підприємство втрачає їх як постійних клієнтів. Тим

часом дослідження свідчать про те, що залучити нового клієнта в 5–6 разів важче, ніж утримати вже наявного. По-друге, навіть у разі виявлення причин неякісного обслуговування, дії з їх усунення дадуть змогу лише уникнути подібного в майбутньому, але ніяк не виправлять вже наявного в клієнтів відчуття незадоволеності, оскільки послуги, на відміну від матеріальної продукції, не можна «переробити».

Уникнути проблем, пов'язаних з якістю надання послуг, можна за допомогою так званої системи загального управління якістю, яка все ширше застосовується в готельно-ресторанному господарстві.

Система якості – це сукупність організаційної структури, методик, процесів та ресурсів, необхідних для здійснення загального управління якістю. Управління якістю – це безперервний процес, в який залучені всі організаційні рівні підприємства для того, щоби виявити очікування споживачів послуг та визначити найкращий спосіб задоволення цих очікувань або навіть їх перевершення.

Система якості містить такі елементи:

- ефективне управління підприємством на основі маркетингу;
- створення корпоративної культури;
- впровадження стандартів технічної якості обслуговування;
- впровадження стандартів функціональної якості обслуговування;
- вхідний контроль якості на продукцію та послуги постачальників;
- вихідний контроль якості послуг, що надаються в готелі (ресторані), та їхнього збуту посередниками [8].

Система загального управління якістю ґрунтується на таких засадах: покращення якості наданих послуг повинне мати постійний безперервний характер; для підвищення якості послуги необхідно започаткувати нову філософію бізнесу, яка полягає в неприпустимості невідповідностей; повне припинення укладання контрактів на основі найнижчих цін; широке застосування інновацій та ноу-хау; запровадження нових методів управління з мотивацією на високоякісну роботу; усунення бар'єрів між підрозділами та працівниками; заохочення працівників до самовдосконалення, навчання та підвищення кваліфікації; залучення всього персоналу до процесу вдосконалення якості на всіх рівнях організації.

**Висновки з проведеного дослідження.** Одним з найвагоміших факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного господарства є якість послуг, яка визначається ступенем відповідності реально наданих послуг очікуваним стандартам. Стандартизація послуг, розроблена на основі очікувань клієнтів, та організація роботи персоналу, що максимально відпові-

дає цим стандартам, мають проводитися в рамках загальної стратегії управління якістю, що пронизує всі організаційні рівні підприємства й базується на гнучкості, адаптивності та ефективності системи управління персоналом.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Круль Г. Основи готельної справи. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджмента. Москва : Дело, 1992. 367 с.
3. Нечаюк Л. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦНЛ, 2006. 348 с.
4. ISO 8402:1994 Quality management and quality assurance. Vocabulary. URL: <https://www.iso.org/standard/20115.html> (дата звернення 19.02.2019).
5. Мальська М., Пандяк І., Занько Ю. Організація готельного обслуговування : підручник. Київ : Знання, 2011. 366 с.
6. Мельник І., Химич Т. Сучасні підходи до оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 14. С. 155–161. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/14\\_2017\\_ukr/29.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/14_2017_ukr/29.pdf) (дата звернення 19.02.2019).
7. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Москва : Юнити-Дана, 2007. 1045 с.
8. Топольник В. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. Львів : Магнолія-2006, 2018. 328 с.

#### REFERENCES:

1. Krul H. (2011). *Osnovy hotelnoi spravy* [Basis of the Hotel Business]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 368 p. (in Ukrainian).
2. Meskon M., Albert M., Khedouri F. (1992). *Osnovy menedzhmenta* [Management]. Moskva : Delo, 367 p. (in Russian).
3. Nechaiuk L. (2006). *Hotelno-restorannyi biznes: menedzhment: navchalnyi posibnyk* [Hotel and Restaurant Business: Management]. Kyiv : TSNL, 348 p. (in Ukrainian).
4. ISO 8402:1994 Quality management and quality assurance. Vocabulary. URL: <https://www.iso.org/standard/20115.html> (Accessed 19 February 2019).
5. Malska M., Pandiak I., Zanko Y. (2011). *Orhanyzatsiia hotelnoho obsluhovuvannia: pidruchnyk* [Organization of hotel service: textbook.]. Kyiv : Znannia, 366 p. (in Ukrainian).
6. Melnyk I., Khymych T. (2017). *Suchasni pidkhody do otsinky yakosti obsluhovuvannia v hotelnykh pidpryemstvakh* [Modern approaches to assessing of the quality of service at hotel enterprises.]. *Infrastruktura rynku*. Vol. 14. P. 155–161 URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/14\\_2017\\_ukr/29.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/14_2017_ukr/29.pdf) (in Ukrainian) (Accessed 19 February 2019).
7. Kotler P., Bowen J., Makens J. (2007). *Marketing. Hostepryymstvo. Turyzm* [Marketing for Hospitality and Tourism]. Moskva : Yunyty-Dana, 1045 p. (in Russian).
8. Topolnyk V. (2018). *Upravlinnia yakistiu produkt-sii ta posluh v hotelno-restorannomu hospodarstvi: navchalnyi posibnyk* [Quality Management of the Products and Services in the Hotel and Restaurant Industry: textbook]. Lviv : Mahnoliia-2006, 328 p. (in Ukrainian).



**QUALITY AS A DEFINING FACTOR OF PROVISION OF COMPETITIVENESS  
OF ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS**

**The purpose of the article.** The article deals with the problem of the quality of service at the enterprises of hotel and restaurant business. The purpose of the article is to examine the concept of quality as a key factor of the competitiveness of enterprises of the hospitality industry and to identify the ways to increase it in the conditions of constantly increasing competition.

**Methodology.** In the process of research study, the following methods were used: analysis of scientific literature, classification (for the defining of the main concepts of research), systematization and generalization (to determine the chief results as well as for the formulation of conclusions).

**Results.** The quality of service is defined as a sense of satisfaction of the guest from the provided service, and a quality hotel service is the one that meets guest's needs. It is substantiated that the level of quality depends on the degree of coincidence of the visitor's representations about the real and desired service. It is shown that the bases of the category of quality are standards that define the form and content of how the process of service should take place. Two types of service quality are considered: technical and functional. Technical quality is determined by compliance with the standard requirements for the material provision of hospitality, the use of innovations in the process of customer service, the availability of information technologies in the management of enterprises of hotel and restaurant business. Functional quality is directly related to the very process of services provision, the way they are provided to the client. It is proved that enhancement of the quality of service is possible through the introduction of a total quality management system in the hospitality industry. The quality system contains the following elements: effective business management based on marketing; creation of a corporate culture; implementation of standards of technical quality of service; implementation of standards of functional quality of service; input quality control for products and services of providers; output quality control of services provided at the hotel (restaurant) and their sales by intermediaries. It has been determined that the system of total quality management is based on the following principles: improvement of the quality of the provided services should be of a continuous nature; to improve the quality of services, it is necessary to implement a new philosophy of business, which consists in the inadmissibility of non-conformities; complete discontinuation of contracts on the basis of the lowest prices; widespread application of innovations and know-how; introduction of new management methods, which motivate high-quality work of personnel; removing barriers among divisions and employees; encouraging employees to self-improvement and advanced training; involving of all staff in the process of improving of the quality at all levels of the organization.

**Practical implications.** The results of the research can be used in the process of formation and implementation of the system of quality management at the enterprises of the hospitality industry, namely at the enterprises of hotel and restaurant business.

**Value/originality.** The value of the research study: analyzing and definition of the concepts of quality, distinguishing of the components of the system of quality of service, determination of the principles of its functioning.