

відно, підвищенню конкурентоспроможності підприємства [3, с. 459]. Підприємства завдяки застосуванню сучасного інструментарію та методів менеджменту якості стають гнучкішими, адаптивнішими, постійно використовуючи власні конкурентні переваги і утворюють нові.

**Висновки.** Якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності й надійності підприємств, як наслідок — новий підхід в управлінні якістю на підприємствах. В останні роки критерії оцінки та вимог щодо рівня якості зазнали принципових змін. Більшість визначень якості взагалі не відображають її об'єктивної сутності. Різні визначення стосуються різних аспектів і вимог до продукту вищої якості.

### **Література**

1. *Хаксвер К.* Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксвер ; [пер. с англ. В. В. Кулибановой]. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2012. — 752 с.
2. *Zeithamal V.* Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations / V. Zeithamal, A. Parasuraman. — New York : THE FREE PRESS, 1990. — 226 p.
3. *Клименко С. М.* Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник // Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Дуброва О. С. — К.: КНЕУ, 2014. — 515 с.

**Беляєва С. В.**, к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту організацій та адміністрування,  
Київський економічний інститут менеджменту,  
**Шокур А. В.**,  
магістр кафедри менеджменту організацій та адміністрування,  
Київський економічний інститут менеджменту,  
nata.bel23@mail.ru

**Bieliaieva Svitlana**, candidate of science,  
Associate Professor, Kyiv Economic Institute of Management  
**Shokur Anton**, student, Master chair,  
Kyiv Economic Institute of Management  
nata.bel23@mail.ru

### **АКТУАЛЬНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

**АНОТАЦІЯ.** У роботі досліджено необхідність управління якістю надання готельних послуг, у тому числі розглянуто рекомендації щодо підвищення якості надання готельних послуг для форму-

вання соціально-орієнтованого, конкурентоспроможного готельного комплексу, здатного задовольнити широкі потреби клієнтів

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** управління якістю, готельні послуги, задоволення потреб клієнтів

## **A RELEVANCE OF THE HOTEL SERVICES QUALITY MANAGEMENT**

**ABSTRACT.** In this work it is investigated the need to manage the quality of hotel services, including recommendations to improve the quality of hotel services for the formation of socially-oriented, competitive hotel that can meet the broad needs of customers

**KEY WORDS:** quality management, hotel services, customer satisfaction

**Вступ.** У зв'язку з політичними та економічними перетвореннями, що відбуваються в Україні, значно розширилися ділові й культурні зв'язки нашої країни із світом. Це сприяє збільшенню контактів між підприємствами та підвищенню кількості іноземних і вітчизняних туристів, які прибувають в окремі регіони України. Виникла необхідність розміщення гостей у комфортабельних готелях з відповідним рівнем сервісу, що й визначає актуальність дослідження.

**Постановка задачі (мета).** У рамках цього необхідно проаналізувати актуальність управління якістю надання готельних послуг, а також розглянути певні теоретико-практичні рекомендації щодо підвищення якості надання готельних послуг для формування соціально-орієнтованого, конкурентоспроможного та високоєфективного готельного комплексу, здатного задовольнити широкі потреби клієнтів.

**Результати.** Готельне господарство в сучасних умовах дуже швидко розвивається та є високоприбутковою галуззю, залишаючись при цьому найважливішим сегментом ринку послуг.

Вивітленням питань управління підприємствами готельного господарства, а також створення комплексної готельної послуги, як окремого виду туристичного продукту, здатного задовольняти потреби споживача займалися науковці Браймер Р.А., Бугаєнко В.С., Новіков В.М., Семенов В.С, Квартальнов В.А., Ходорков Л.Ф. У своїх працях вони приділяли значну увагу проблемам розвитку готельного господарства як складової індустрії туризму та представляли готельну послугу як складову туристичного продукту.

Однак, якщо брати до уваги неорганізований туризм, тобто подорожі з метою участі у конференції, наради (на базі готельно-

го підприємства), ділові відрядження, комерційні переговори, навчання (відвідування лекцій, консультацій, іспитів), особисті мотиви (відвідування родичів, родинних святкувань, шопінг тощо), відпочинок і розваги (пізнавальні поїздки, канікули, відвідування концертів й інших культурних заходів), відвідування спортивних заходів тощо, то можна стверджувати, що готельна послуга може бути одним з видів туристичного продукту, з притаманним йому властивостям щодо надання послуг проживання, проїзду (трансфер) та інших додаткових послуг, які надаються готельним підприємством (екскурсія, харчування, продаж сувенірів тощо).

Метою процесу в цілому є підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства за рахунок підвищення якості послуг і всіх супутніх процесів, що можна оцінити за допомогою параметрів якості. Параметри якості, в свою чергу, визначаються тією сферою діяльності, в якій розгортається той чи той процес. Оскільки ж треба розглядати всю сукупність наявних процесів, то й на виході маємо отримати велику кількість параметрів, відносно яких виникає низка запитань, а саме:

- що це за параметри, які їх цільові значення, які їх пріоритети та взаємообумовленість?
- яким чином і за рахунок чого можна на них впливати?
- через які саме дані ми дізнаємося, що цільових значень досягнуто, як і де їх треба збирати, як і де зберігати, як обробляти та аналізувати?
- як найефективніше організувати процес роботи з даними? [1].

Система визначення рівня якості готельних послуг в Україні базується на стандарті ДСТУ-ISO 9002 з урахуванням вимог ДСТУ-ISO 9004-2, що зареєстровані у Мін'юсті 15.04.1999 р. Відповідно до Закону України «Про заходи щодо подальшого розвитку туризму» і наказу Держстандарту України від 27.01.1999 р. № 37 була введена обов'язкова сертифікація якості готельних послуг відповідно до цих стандартів. Сертифікат відповідності якості видається на термін не більше п'яти років.

Якість готельних послуг повинна гарантувати споживачеві задоволення його запитів. Ці властивості формуються в процесі обслуговування в готелі, на всіх його етапах і у всіх ланках. Разом з тим утворюється вартісна величина готельних послуг, що характеризує витрати на їх надання, планування і розробку нових видів послуг і значною мірою визначає їхню ціну, а відтак їхню конкурентоздатність. Саме такий підхід був покладений в основу прийнятого ЄС документа — глобальної концепції законодавчого забезпечення якості послуг на європейському ринку [2].

Розглядають п'ять етапів системного підходу щодо управління якістю надання готельних послуг:

- ступінь 1. Очікування клієнтів і реакція керівництва. Останнє не завжди можна зрозуміти, що клієнт очікує від обслуговування, які ставляться вимоги до послуг високої якості. Для усунення такого положення необхідне регулярне проведення маркетингових досліджень та активне використання маркетингової інформації;

- ступінь 2. Сприйняття керівництва і специфікація якості обслуговування. Ця стадія настає, коли менеджери знають вимоги клієнтів, але не бажають їх задовольняти. ліквідувати проблеми цього ступеня допомагає активне використання маркетингового менеджменту і творче мислення;

- ступінь 3. Специалізація якості надання послуг і обслуговування. Вона настає, коли керівництво розуміє потреби клієнтів і відповідні специфікації якості, але співробітники не спроможні, чи не бажають надавати такий рівень обслуговування. помилки цієї стадії виявляються в процесі відносин співробітника та клієнта і мінімізуються через програми внутрішнього маркетингового менеджменту;

- ступінь 4. Надання послуг і зовнішні зв'язки. Такий ступінь характеризується тим, що готель обіцяє більше в області ранішній зв'язків, ніж може забезпечити. Це негативно впливає на імідж готелю і вимагає надавати такі послуги, які обіцяні;

- ступінь 5. Очікування та сприйняття наданих послуг. Вони виникають за умови наочності розбіжності між очікуваним і реальним рівнем якості готельних послуг. Досягнення відповідності реальної якості очікуваній — головне завдання мікс-гостинності.

Будь-який процес управління пов'язаний з прийняттям рішень, які базуються на інформації, що надходить з різних джерел. Інформація, у свою чергу, має бути цілком заснованою на даних, які розуміються як первинний рівень інформації. Комплексне вирішення питання інформаційного забезпечення потребує виявлення всіх пунктів виникнення та споживання інформації та всієї необхідної сукупності інформаційних зв'язків. Для цього будується інформаційна модель процесу за такими базовими принципами:

- чітке формулювання мети;
- єдиний суб'єкт моделювання;
- наявність єдиної точки зору.

Зарубіжний і вітчизняний досвід свідчать, що управління якістю послуг — складний процес, який охоплює організацій-

ний, економічний, соціальний напрями діяльністю готельного підприємства. За системним підходом управління якістю готельних послуг — це сукупність взаємопов'язаних суб'єктів, об'єктів, принципів, методів і функцій управління, орієнтованих на розроблення та задоволення вимог до якості та зниження витрат на нього.

На підприємствах готельного господарства послуги розміщення, ресторанного господарства та інші додаткові послуги доповнюють одна одну, і в більшості випадків вони взаємозалежні та приймаються туристом як одне ціле. Залежно від того, як скомбіновано набір послуг, складається певний тип готельного продукту. Окрім цього, зважаючи такі фактори впливу, як місце розташування готелю, контингент туристів, мета перебування, соціальна орієнтація споживача, термін перебування складається певний тип готельного підприємства (діловий готель, готель сімейного типу, гірськолижний курортний готель, мотель, кемпінг тощо). Саме тому, властивості готельного продукту, в першу чергу залежатимуть від типу і категорії готельного підприємства та комбінованого набору послуг, що пропонуються в даному підприємстві [3], а також від якості запропонованих готельних послуг.

Пошук кращих управлінських рішень, удосконалення управління якістю змушує керівників готельних підприємств звертатися до проблеми аналізу якості, забезпечувати високий рівень комфорту, щоб задовольняти найрізноманітніші побутові, господарські й культурні запити гостей. При чому з кожним роком запити й вимоги до якості послуг підвищуються. І чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливішим є готельне підприємство для клієнтів, а це, в свою чергу, забезпечує підприємству конкурентні переваги, позитивно відбиваючись на результатах фінансово-господарської діяльності й збільшенню показників прибутковості на вкладений капітал [4].

Для підвищення якості надання готельних послуг можливо виділити такі рекомендації

- процес якісного обслуговування в готелі — це послідовність операцій, які забезпечують здійснення обслуговування на ньому;

- управління якістю обслуговування в готелі на засадах процесного управління потребує не лише встановлення процесів, необхідних для ефективного обслуговування споживачів, визначення їх послідовності та взаємозв'язку, але й обґрунтування

критеріїв їх оцінки, ресурсного забезпечення реалізації процесів, їх моніторингу, систематичного аналізу процесів, виконання планованих заходів щодо забезпечення результативності процесів, їх постійного поліпшення;

– застосування системи Balanced Scorecard дозволить визначити основні напрямки поліпшення якості надання готельних послуг (наприклад, підвищення кваліфікації працівників готелю). Висока якість праці персоналу готелю залежить від рівня їх гостинності, працелюбності, досвіду, вмінь і здібностей. Саме ці фактори впливають на рівень задоволення вимог і потреб споживачів, а отже й на ефективність функціонування готелю в сучасних умовах;

– необхідно застосовувати модель взаємозв'язку показників якості надання готельних послуг з показниками мотивації персоналу, що надасть можливість впливу саме на ті показники мотивації персоналу, які найбільшою мірою забезпечують підвищення якості обслуговування споживачів готельних послуг.

Система управління якістю готельних послуг повинна гарантувати клієнтові задоволення його запитів під час обслуговування в готелі, на усіх його етапах і у всіх ланках. Тому особливого значення набуває проблема розроблення та практичного застосування внутрішніх стандартів готельного підприємства, які визначають загальні складові якості надання готельних послуг.

**Висновки.** В останні роки ринок готельного бізнесу України характеризується зростанням пропозиції послуг розміщення. Такий стан речей посилює конкуренцію. Тому одним з найважливіших напрямків в умовах суворої досконалої конкуренції на ринку готельних послуг є формування стратегічних конкурентних переваг і надання послугам вищої якості. Ключовим фактором тут є надання таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували очікування цільових клієнтів.

### **Література**

1. *Леснік А.Л.* Методика проведення маркетингових досліджень в готельному бізнесі / Леснік А.Л., Смірнова М.Н. — К.: Генеза, 2012. — 126 с.
2. *Шаповал М.І.* Основи стандартизації управління якістю і сертифікації / М.І. Шаповал. — К.; ЦУЛ, 2010. — 276 с.
3. *Александрова А.Ю.* Международный туризм: Учебник / А.Ю. Александрова. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 470 с.
4. *Чудновський А.Д.* Готельний і туристичний бізнес: Підручник / А.Д. Чудновський. — М.: ЕКМОС, 2014. — 168 с.