

УДК 338.467+066.015.5

І. Л. Мельник,

*методист, викладач кафедри менеджменту підприємств туристичної індустрії, Київський університет туризму, економіки і права*

## МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

*Статтю присвячено розв'язанню проблеми розвитку готельного бізнесу в Україні. Досліджено основні проблеми та фактори, що впливають на формування готельного бізнесу, доведено необхідність підвищення якості послуг як визначального фактора забезпечення їх конкурентоспроможності.*

*The article is devoted the decision of problem of development of hotel business in Ukraine. Investigational basic problems and factors which influence on forming of hotel business, the necessity of upgrading services is well-proven as a determinative of providing of competitiveness.*

**Ключові слова:** готельний бізнес, якість готельних послуг, конкурентоспроможність готельних послуг.

**Вступ.** Готельне господарство України в умовах глибоких соціально-економічних трансформацій стає все більш динамічною і пріоритетною сферою економічної діяльності. Міжнародний досвід свідчить, що розвиток готельного господарства сприяє зростанню надходжень до бюджетів всіх рівнів, створює нові робочі місця, формує сприятливий туристичний імідж країни. Тобто ефект лежить як у економічній, так і у соціальній площині.

Разом з тим сучасні дослідження показують, що на підприємствах готельного господарства спостерігається значна невідповідність зростаючих потреб і запитів споживачів обсягам і якості пропонованих послуг. Це зумовлено застарілою матеріально-технічною базою підприємств, обмеженістю інвестиційної активності, недостатнім рівнем професійної підготовки персоналу, слабкою рекламою та інше.

Вищенаведене потребує поглибленого моніторингу, наукового обґрунтування результатів дослідження і комплексного розгляду чинників, які найбільшою мірою впливають на рівень розвитку готельного бізнесу в умовах формування ринкової економіки.

Питанням функціонування та розвитку готельного господарства присвячено наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів: С.І.Байлика, Р.А. Браймера, О.П. Дуровича, М.І. Кабушкіна, В.І. Карсекіна, В.О. Квартальнова, Н.М. Кузнєцової, Л.Г.Лук'янова, Л.І.Нечаюк, Г.А. Папіряна, Н.О.Телеш, Т.І.Ткаченко, Д. Уокера, О.Д. Чудновського та ін. Проте, враховуючи актуальність даної теми для розвитку економіки та іміджу України як туристичної держави, можна констатувати недостатнє дослідження проблем щодо цієї галузі.

**Постановка задачі.** Мета даної статті полягає в обґрунтуванні напрямів підвищення якості готельних послуг як ключових чинників розвитку готельного бізнесу в Україні.

**Результати.** У своєму становленні готельний ринок за часів незалежної України зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є низька конкурентоспроможність готельних послуг, яка формується рівнем ціни та якістю послуг. За рахунок зміни нормативної бази, високого податкового тиску, відсутності могутніх міжнародних готельних мереж.

Сьогодні в Україні надають свої послуги 1126 готелів, з яких лише шість п'ятизіркових ("Прем'єр Палац", "Опера", "Хаятт", "Інтерконтиненталь" у м. Київ, "Донбас-Палас" у м. Донецьк, "Україна" у м. Дніпропетровськ, "Ортодос" у м. Одеса). Понад дві третини готельних підприємств України знаходяться у приватній власності.

У цілому в Україні на 1 тис. населення кількість готельних номерів складає 2, у Києві – 6, в Європі 14–18. За різними оцінками, Київ має потребу ще у 12–15 тис. готельних номерів. Із 8700 номерів столичних готелів тільки 3% відповідають міжнародним стандартам. При цьому вартість готельних послуг становить у Києві від \$160 до \$470 за добу, і вона постійно зростає. (необхідно врахувати, що завантаження готелів всіх категорій складає приблизно 60%, а в сегменті чотири і п'яти зірок деколи досягає 72%). Тобто ціни часто є вищими за середньоевропейські, а рівень обслуговування переважно нижчий [11].

Основною проблемою для кожного готельного підприємства є стабільність звернень споживачів, втрата клієнтів негативно впливає не тільки на доходи підприємства, але і на його імідж. Дані досліджень, опубліковані в «US news» і «World Report», свідчать, що основну масу клієнтів готельні підприємства втрачають через недостатню якість послуг, зокрема через погане обслуговування втрачається в п'ять разів більше клієнтів, ніж через поганий продукт.

Ключовим фактором успіху готельного підприємства в сучасних умовах виступає політика підвищення якості готельних послуг. Для вітчизняних готельних підприємств формула «ціна – якість» виступає вагомим чинником досягнення оптимального рівня прибутковості.

Продуктом кінцевої діяльності будь-якого підприємства гостинності є виробництво готельних послуг. Послуги, що надаються, повинні відповідати вимогам, що передбачають додаткові зручності для споживачів, їх привабливість та престижність.

Стандартом в обслуговуванні є певний комплекс обов'язкових до виконання правил, що гарантують встановлений рівень якості всіх операцій [7, с. 52].

Організація надання послуг регламентується деякими нормативними актами, серед яких: Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1 – 95 «Туристсько-

екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг»; Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2 – 95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Загальні вимоги»; Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2 – 95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів»; Державний стандарт України ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», Державний стандарт України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів. Загальні вимоги», Державний стандарт України ДСТУ 4527:2006 «Засоби розміщування. Терміни та визначення», ДСТУ ISO 9004-2-96 «Управління якістю та елементи системи якості» та ін [7, с.54-56].

Належний рівень якості надання послуг вимагає систематичного вимірювання оцінки однієї чи декількох характеристик послуги та порівняння отриманих результатів із встановленими вимогами.

Процес надання послуг можна і необхідно контролювати на державному і місцевому рівні, а також на рівні підприємства. Необхідно контролювати дотримання технічних умов на послугу, вимог до її надання, роботу персоналу шляхом різних широко поширених сьогодні методів (візуального, аналітичного, медичного, інструментального, соціологічного контролю).

Якість послуг, як специфічний критерій якості роботи підприємства загалом, вимагає від керівництва зосередження уваги на підвищенні кваліфікації персоналу. Сьогодні політика максимізації прибутку не призведе до залучення нових клієнтів, витрати коштів на вдосконалення роботи персоналу сформуєть формуцію нових працівників, яка ґрунтується на застосуванні індивідуального підходу до кожного клієнта у готельному підприємстві. Якість послуг відчутно підвищиться за рахунок задоволення всіх потреб споживача.

Під якістю в готельному бізнесі розуміють властивості та характерні особливості послуги, які викликають почуття задоволення у споживача, або як відсутність недоліків, які посилюють стан задоволення у клієнта [2]. Особливості та специфічні властивості готельної послуги збільшують її вартість та витрати. Очікування клієнта формуються іміджем готелю, суспільною думкою, зусиллями адміністрації по управлінню якістю послуг, які надаються, їх просуванням на ринок та цінами.

Якість обслуговування розглядається як важлива сфера діяльності підприємства. Фахівці вважають, що управління якістю представляє собою механізм, який контролюється організацією та направлений на встановлення відповідності якості державним і міжнародним стандартам. Слід врахувати, що якість послуги — це не тільки її зміст, але і форма надання. Отже, якість — це перш за все відчуття задоволеності клієнта від обслуговування, а якісна послуга — це послуга, що відповідає потребам гостя (споживача). Рівень якості, у свою чергу, залежить від ступеня збігу уявлень клієнта про реальне і бажане обслуговування на підприємствах гостинності.

Управління якістю як механізмом чи процесом в готельному бізнесі має на увазі: точне формулювання значення поняття якості стосовно кожного конкретного підприємства; розуміння управлінським персоналом відмінності між поняттями якості і цінності; сприйняття якості як процесу, що має на увазі безперервність зусиль по задоволенню потреб клієнтів; розуміння зв'язків між якістю і корпоративною культурою [8].

Основними завданнями в сфері готельного бізнесу стають створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку готельних послуг, що розвивається. Схему залежності конкурентоспроможності послуг готельного підприємства від основних проблем та факторів якості представлено на рис 1.

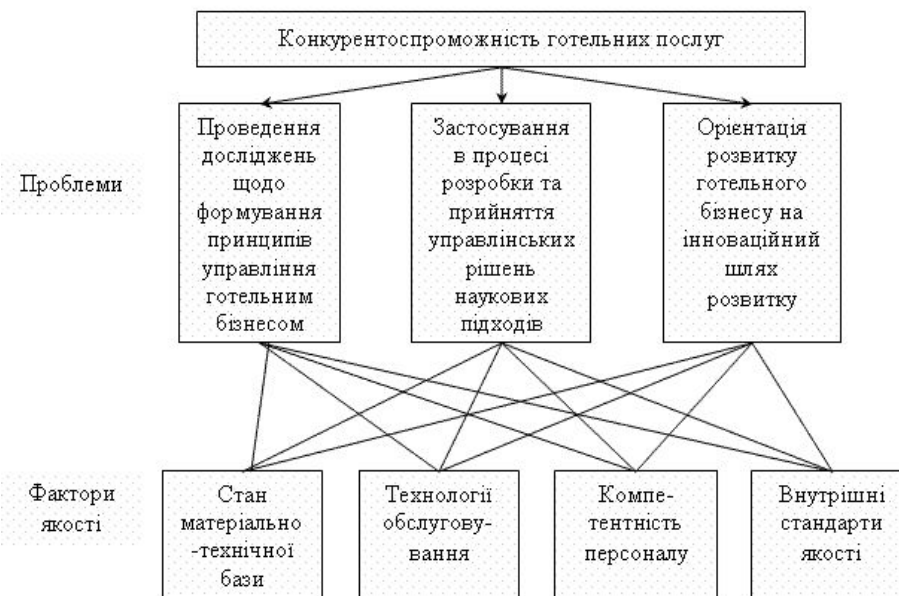


Рис.1. Залежність конкурентоспроможності послуг готельного підприємства від основних проблем та факторів якості \*

\*Джерело: розроблено на підставі [5]

На думку вітчизняних науковців, ефективне функціонування готельного господарства країни є індикатором позитивних змін в економіці та передумовою інтеграції України у світове співтовариство. Пріоритетним напрямом розвитку сфери готельних послуг є технології обслуговування на основі впровадження міжнародних стандартів.

Представники іноземного капіталу в цілому оцінюють український ринок готельного бізнесу як складний, але перспективний для інвесторів і більше уваги приділяють можливості реалізації проєктів у регіонах країни. В регіонах земельні ділянки можна купити значно дешевше, ніж вони коштуватимуть із часом, простіше розв'язуються питання приватизації землі й багато інших [11]. При цьому найбільш цікаві в плані реалізації проєктів великі міста – Харків, Донецьк, Дніпропетровськ, Одеса й Автономної республіки Крим.

За результатами проведеного аналізу можна виокремити такі основні напрямки розвитку готельного бізнесу є:

- поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти й послуги, що раніше надавалися підприємствами інших галузей (наприклад, організаціями харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності та ін.);
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє чіткіше орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак сегментації;
- персоніфікація обслуговування та повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє запроваджувати глибоку й системну економічну діагностику;
- використання нових технологій в господарській діяльності готельних підприємств, зокрема, широке використання мережі Інтернет, з метою просування готельних продуктів і послуг [1, с. 39].

**Висновки.** На основі усього вищезазначеного можна стверджувати, що для покращення управління якістю готельних послуг на макрорівні обов'язковими є розробка державних, регіональних та територіальних програмних документів розвитку туризму на довгостроковий період з урахуванням наявних ресурсів та інфраструктури і з визначенням мети, завдань та стратегії його розвитку.

Що стосується напрямів удосконалення державного регулювання процесу формування системи управління якістю в готельному господарстві, то основними з них мають бути: узгодження туристичної, промислової, конкурентної, інноваційно-інвестиційної політики при формуванні та впровадженні систем управління якістю; проведення науково-дослідних робіт у галузі якості; розробка регіональних цільових комплексних програм з якості; посилення державного впливу на створення і функціонування готелів; дотримання вимог: безпеки та здоров'я споживачів послуг, санітарно-епідеміологічних, природоохоронних, пожежної безпеки, охорони праці, тощо.

Враховуючи прогресивний характер стандартів ISO серії 9000, система стандартизації готельних послуг в Україні постійно удосконалюється, що має призвести до суттєвого підвищення конкурентоспроможності вітчизняних готельних підприємств на світовому ринку.

Основними напрямками реалізації стратегічних заходів у сфері якості готельних послуг повинні стати:

1. розробка організаційно-економічного механізму територіального управління якістю готельних послуг;
2. розробка єдиної системи державного контролю якості цих послуг;
3. впровадження міжнародних стандартів та інших нормативних документів у практику готельного господарства;
4. організація системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів з питань управління якістю в діяльності підприємств готельного господарства.

В умовах ринкових відносин впровадження якісних послуг в готельному господарстві є необхідним інструментом забезпечення його ефективної діяльності та посилення конкурентоспроможності.

#### Література:

- 1 Любичева О.О. Ринок туристичних послуг- 2-е вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2003. – 242 с.
- 2 Мунін Г.Б., Зміїв А.О., Зінов'єв Г.О. Самарцев Є.В., Гаца О.О. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб. / За ред. Дорогунцова С.І. – К.: Ліра-К, 2005. – 156 с.
- 3 Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2009. – 344 с.
- 4 Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 344 с.
- 5 Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2005.
- 6 Смирнов І.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навч.-метод. посіб. – І.-Франківськ: Галицька академія, 2009. – 152 с.
- 7 Федорченко В.К.; Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. – К.: Вища школа., 2001. – 302 с.
- 8 Чудновський А.Д. Готельний і туристичний бізнес: Підручник. – М.: Асоціація авторів і видавців «Тандем». Видавництво Екмос, 2006. – 216 с.
- 9 Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. – Чернівці: Книги – XXI, 2005. – 596 с.
- 0 [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).
- 1 [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)

*Стаття надійшла до редакції 09.09.2010 р.*

