

***Summary.** The article considers the main features of Ukrainian historical and cultural monuments and analyzes their significance for the development of cultural-cognitive tourism and excursion activities in general.*

***Key words:** historical and cultural monuments, tourism, excursion activity, culture.*

**УДК 339.137.2:640.4**

**В.С. Поліщук,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

## **ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

***Анотація.** В статті звертається увага на необхідність підвищення надання якості послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, як головного чинника зростання їх конкурентоспроможності. Виділені шляхи і засоби досягнення цього завдання. Вказані основні Міжнародні і вітчизняні правові акти, які направлені на підвищення і оцінювання якості наданих послуг відповідними видами підприємств.*

***Ключові слова:** підприємство, готельно-ресторанний бізнес, якість, конкурентоспроможність, послуга, надання.*

В умовах ринкової економіки конкуренція є головним регулятором суспільного виробництва. Вона підпорядковує і спрямовує діяльність усіх суб'єктів ринку, виступає природним регулятором попиту та пропозиції на товари та послуги і є об'єктивним законом, який примушує найефективніше використовувати задіяні у виробничому процесі економічні ресурси, які формує власник, і пропонувати на ринку більш дешеві та якісні порівняно з конкурентами товари та послуги [4, с. 131].

Особливо зросла роль конкуренції з часу становлення в Україні ринкової економіки і входження її в співдружність європейських і світових країн. Саме це, в значній мірі, посприяло розвитку становлення в ній підприємств готельно-ресторанного типу, як одного із складових популяризації економічного і політичного становлення держави на світовому ринку.

Саме з розвитком ринкових реформ та інтеграцією України у світовий економічний простір, виходом підприємств готельно-ресторанного бізнесу, як складової туристичної індустрії на міжнародний ринок і збільшення кількості потенційних конкурентів посилюється конкуренція між суб'єктами господарювання, які пропонують надання тих чи інших послуг. Тому, щоб забезпечити успіх на ринку послуг, підприємства готельно-ресторанного типу, як і будь-які інші (мається на увазі виробничого спрямування), повинні прагнути до поліпшення якості обслуговування клієнтів, застосовуючи при

цьому помірні ціни і вдосконалені форми організації обслуговування споживачів. Це в свою чергу сприятиме зростанню доходності підприємств готельно-ресторанного типу, призведе до удосконалення форм організації обслуговування споживачів і збільшення на цій основі прибутку.

Виходячи із вище викладеного, ми з впевненістю можемо заявити, що вибрана нами тема статті є актуальною.

Мета написання статті – висвітлити шляхи і методи підвищення якості послуг готельно-ресторанного господарства, як головного чинника зростання конкурентоспроможності його діяльності.

Слід відмітити, що питання підвищення якості надання послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу не є новим. Йому приділяли і продовжують приділяти ряд провідних вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед них найбільш відомими є: Ю.Ф. Волков, О.П. Єфимова, Н.А. Єфимова, Л.М. Худолій, Г.Б. Мунін, А.Л. Лесник, М.Н. Смірнова, Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч, В.В. Архіпов, Т.В. Іванникова, А.В. Архіпова, Р. Браймер, Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В. Скалій, В.Г. Фецов, В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев і ряд інших.

Зокрема, розглядаючи проблему поліпшення якості послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу, вчені В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев підкреслюють, що проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної безпеки. Розвиваючи актуальність і важливість поліпшення якості послуг, дані вчені характеризують якість, як комплексне поняття, що відображає ефективність усіх сторін діяльності: розроблення стратегії, організації надання послуг, маркетинг і інше. При цьому вони звертають увагу на те, що найважливішою складовою всієї системи якості готельно-ресторанного бізнесу є якість послуг, з чим ми не можемо не погодитися.

Характеризуючи якість послуг, як головного чинника підвищення конкурентоспроможності діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, ми звертаємо увагу на існування різних трактування якості. На нашу думку найбільш вдале є трактування дане Міжнародною організацією зі стандартизації (стандарт ІСО – 8402), яка визначає якість, як сукупність властивостей і характеристик послуг, що надають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. І саме, задовольняючи ці самі потреби клієнтів, ми створюємо передумови до залучення максимальної кількості споживачів, тих чи інших послуг, наданих відповідними закладами, що в кінцевому підсумку позитивно відбивається на грошових надходженнях в касу закладів, що робить його фінансово міцним, а отже і конкурентоздатним.

Крім того, поліпшуючи якість наданих послуг, ми підвищуємо (сприяємо підвищенню) іміджу закладу, що в певній мірі впливає на підвищення конкурентоспроможності.

Стандарт ІСО – 8402 розрізняє різні поняття якості, а саме: «забезпечення якості», «управління якістю», «спіраль якості». Але всі ці поняття мають єдину мету – підвищення якості наданих послуг.

Вимоги до якості на міжнародному рівні визначаються стандартами ІСО серії 9000. Дані стандарти установили єдиний визнаний у світі підхід до договірних умов відносно оцінки систем якості та одночасно регламентують відносини між виробниками і споживачами послуг. Виходячи із вище сказаного, ми можемо зробити висновок про те, що якість готельних і ресторанних послуг повинна гарантувати споживачеві задоволення його запитів. Ці властивості формуються за твердженням вченого В.С. Ковешнікова, в процесі обслуговування у відповідних закладах на всіх їх етапах і в усіх ланках. Разом з тим утворюється вартісна величина готельних послуг, що характеризує витрати на їхнє надання, планування і розробку нових видів послуг і значною мірою визначає їхню ціну, а відтак – їхню конкурентоспроможність.

Саме такий підхід покладений в основу прийнятого ЄС документа – глобальної концепції законодавчого забезпечення якості послуг на європейському ринку. Згідно даної концепції, перш ніж надавати послуги підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинні довести, що вони відповідають основним європейським вимогам.

Саме такий підхід до оцінювання якості наданих послуг, робить вітчизняні підприємства готельно-ресторанного напрямку конкурентоспроможними, що так важливо в умовах ринкової економіки, коли кожне підприємство самостійно здійснює свою підприємницьку діяльність і всесторонньо відповідає за його беззбитковість.

При цьому слід мати на увазі, що формування якості послуги починається на стадії її проектування. Так, у сфері дослідження розробляють принципи надання підприємством нових послуг, проводять підготовку того чи іншого закладу до їх надання клієнтам.

Якість надання послуг підприємством в значній мірі залежить від його діяльності (від того як здійснюється його керівництво і управління). Саме ці фактори (особливості) сприяють досягнення поставлених цілей, щодо поліпшення якості наданих послуг.

Щоб досягти максимальної якості послуг, необхідно, крім вище сказаного, здійснювати постійне спостереження і контроль в процесі їх безпосереднього надання та споживання. При цьому необхідно докладати зусилля щодо попередження дефектів, які можуть мати місце в процесі виробничої діяльності підприємства.

На основі вище сказаного, ми можемо зробити висновок про те, що тільки комплексний підхід до проблем підвищення якості надання послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу сприятиме їх популяризації, а отже підвищенню їх іміджу і конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

Система визначення рівня якості підприємствами готельно-ресторанного бізнесу в Україні ґрунтується на стандарті ДСТУ – ISO 9002 з врахуванням вимог ДСТУ – ISO 9004-2, що зареєстровані у Мінюсті 15.04.1999 року. Відповідно до Закону України «Про заходи щодо подальшого розвитку туризму» і наказу Держстандарту України від 27.01.1999 року № 37 була

введена обов'язкова сертифікація якості послуг відповідно до цих стандартів. Сертифікат відповідності якості видається на термін не більше п'яти років.

### **Список використаних джерел**

1. Волков Ю.Ф. Интерьер и оборудование гостиниц и ресторанов. – М.: Феникс, 2003. – 352 с.
2. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. – М.: Феникс, 2003. – 386 с.
3. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. – М.: Феникс, 2003. – 384 с.
4. Історико-культурні, географічні та економічні аспекти розвитку на Хмельниччині : колективна монографія / [кол. авторів ; за ред.: С.А. Копилов (гол. ред.), С.Е. Баженова (наук. ред.)]. – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2017, – 168 с.
5. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов. – М.: Новое знание, 2004. – 391 с.
6. Ковешніков В.С. Організація готельно-ресторанної справи: Навч. Посібник / Ковешніков В.С., Мальська М.П., Роглев Х.Й. – К.: Кондор-Видавництво, 2015. – 752 с.
7. Худолій Л.М., Мунін Г.Б. Управління якістю як один із головних важелів конкурентоспроможності готелю // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць. – 2002. – 17 с.

### **УДК 338.4**

**І.Г. Смирнов,**

*доктор географічних наук, професор,*

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,*

**В.В. Обозний,**

*доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туризму,*

*Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова*

### **МАРКЕТИНГОВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ**

*У статті розкрито роль маркетингового чинника у розвитку туризму історичних міст на прикладі українського міста Кам'янець-Подільський та польського міста Тарнів. Ці міста об'єднує їхня багата історико-культурна спадщина, середньовічні оборонні споруди, сучасна чисельність населення (дещо більше 100 тис. мешканців) та сучасний адміністративний статус (провінційні центри). Також відмітимо, що свого часу (у 20-х рр. минулого століття) у цих містах знаходилась столиця Української Народної Республіки та Український Національний університет, що є особливо цікавим для туристів з України. Але Тарнів нині приймає в 4 рази більше туристів*