

ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Давиденко І.В.

*к.е.н., доцент кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу*

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

Ушатова А.В.

*магістрант кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу*

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

Одним з головних завдань, яке постає сьогодні перед працівниками готельного господарства, є підвищення рівня обслуговування та якості послуг, що надаються. Ефективним способом підтримки конкурентоспроможності закладу є підвищення лояльності та збереження вже наявних клієнтів. У сучасній ринковій ситуації наявність високої якості обслуговування на підприємствах готельного господарства є обов'язковою умовою їх успішного функціонування.

Згідно з міжнародними стандартами ISO 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик послуг, які дають змогу задовольняти зумовлені або передбачувані потреби. Поняття якості готельних послуг може трактуватись по-різному. По-перше, якість розуміється як властивості і характерні особливості товару, які викликають задоволення споживачів, і як відсутність недоліків, що підсилює почуття задоволення у клієнта. Цей тип якості збільшує витрати. Споживачі повинні бути згодні оплатити підвищені витрати на додаткові особливості і властивості готельних послуг, або ці особливості повинні робити споживачів більш лояльними і до їх придбання. Готельні номери на поверхах з

консьєржем мають більше властивостей і особливостей, ніж стандартні кімнати, і вимагають більш високої ціни.

Другий тип якості може розглядатись як технічна та функціональна якість. Технічна якість - це те, з чим залишився клієнт після взаємодії з таким працівником. Наприклад, номер в готелі, блюдо в ресторані, орендований автомобіль.

Функціональна якість - це процес надання товару або послуг. Під час цього процесу споживачі проходять безліч етапів у їх взаємодії з персоналом готелю. Наприклад, функціональна якість може поліпшити враження від кімнати, яка не цілком виправдала очікування клієнта. Однак якщо функціональна якість погана, то ніщо інше не виправить виниклого почуття незадоволеності у клієнта [1, с. 158-160].

Четвертий тип якості - громадська якість (етичне). Це якість переконання, яке не може бути оцінене споживачем перед покупкою, і часто його неможливо оцінити і після придбання товару або послуги. Наприклад, незнання правил протипожежної безпеки службовцями готелю в найближчій перспективі ніяк не відіб'ється на задоволенні клієнтів. У той же час у віддаленій перспективі це може вплинути на безпеку гостей у разі виникнення пожежі. Імідж підприємства також має вплив на сприйняття якості клієнтами. Так, гості засобу розміщення, що має хороший імідж, можуть не звернути уваги на незначні огріхи, вважаючи їх не типовими, оскільки надане обслуговування в цьому випадку сприймають вище. У той же час у підприємств з поганим іміджем обслуговування сприймається нижче.

Багато підприємств визначають якість як відповідність стандартам і нормативам. Такий підхід добре працює на операційному рівні виробництва послуг, особливо там, де можуть виникати проблеми з визначенням потреб гостей, але він небезпечний на вищому рівні управління. Важливо розуміти, що відповідність стандартам є тільки однією з умов досягнення високої якості. Якість як мета змінюється у міру зміни потреб гостей. Підприємство повинне не тільки виділити послуги, які краще за інших відповідають потребам клієнтів, але і розробити таку пропозицію, яку при необхідності можна модифікувати або повністю змінити [2].

Багато труднощів викликає оцінка якості послуг готельних підприємств. Специфіка готельного бізнесу не дозволяє застосовувати традиційні методи вивчення настроїв споживачів - опитування фокус-груп, глибинні інтерв'ю чи інші виміри, які припустимі в класичному маркетингу. Основним джерелом інформації для готельних підприємств стають кількісні дослідження - а саме: спостереження, експеримент, опитування. І якщо спостереження дає найменший ефект, оскільки в присутності менеджера, персонал готелю поводиться інакше, то експерименти та опитування більш точні й наближені до реальності.

Споживачів готельних послуг можна опитувати як усно з активною роллю анкетера, що сам записуватиме відповіді в анкету, так і письмово, тобто коли сам респондент власноруч записує відповіді в анкету (роздану в готельні номери, надіслану поштою). Передбачаючи самостійне заповнення анкети респондентом, що дешевше і реальніше, анкету слід будувати так, щоб респонденти адекватно та однозначно розуміли всі запитання анкети і способи фіксації своїх відповідей.

До складу анкетерів доцільно добирати працівників готельних підприємств (адміністраторів, чергових на поверхах), студентів старших курсів.

Доцільним є проведення опитувань протягом календарного року, адже в різні місяці може різко коливатися кількість людей, що приїжджають у відрядження, на свята, сесії, відпочинок. Бажано обирати максимально "нейтральні" місяці, наприклад, лютий чи жовтень.

Специфічним саме для готельного бізнесу є метод експертних оцінок, який передбачає звернення до команди експертів - людей, найбільш компетентних з досліджуваних питань. Під час проведення такого дослідження, відібрані експерти, що користуються довірою, заповнюють опитувальний лист. Необхідно зауважити, що звернення до експертів для визначення рівня якості готельних послуг є абсолютною нормою для закордонного готельного бізнесу. Наприклад, в міжнародних готельних корпораціях існують так звані «контролери якості», які, маючи листи контролю, оцінюють готель з точки зору професіоналу. Однак присутності контролерів для забезпечення високої ефективності роботи готелю звичайно буває недостатньо з наступних причин:

- поняття «якість готельних послуг», неможливо визначити тільки з погляду фахівця готельного господарства, на нього необхідно поглянути очима клієнта;
- тільки постійне, поступальне дотримання стандартів якості здатне насправді локалізувати тенденцію підвищення або зниження його рівня;
- шлях від виникнення можливої проблеми до її усунення за системою «контролерів якості» довгий і непродуктивний.

Тому, кожному підприємству готельного господарства необхідно застосовувати декілька різних методів для того, щоб системно і кваліфіковано здійснювати оцінку якості послуг.

При розгляді проблеми забезпечення якості послуги необхідно розглядати як технічну, так і функціональну якість в їх взаємодії та єдності. Показником оцінки якості є зіставлення очікуваного та наданого обслуговування. Якщо рівень наданого обслуговування відповідає або перевищує рівень очікуваного обслуговування, керівництво може бути задоволеним його якістю.

Вивчаючи питання, пов'язані з визначенням та забезпеченням якості готельних послуг, можна виділити наступні напрями удосконалення якості послуг: розробка маркетингової стратегії; інвестування в боротьбу за лідерство; зміцнення слабких сторін підприємства; збільшення кількості додаткових послуг; підтримка сприятливого іміджу готелю зі своєю історією; підвищення якості обслуговування.

Конкретні вимоги до забезпечення якості готельних послуг відображені в документах UNWTO і глобальній концепції законодавчого забезпечення якості послуг на європейському ринку, що спирається на три фундаментальні положення, а саме: систему управління якістю в готелі, контроль якості готельних послуг, єдину оцінку відповідності якості (сертифікацію) послуг.

Провідна ідея управління якістю пов'язана з орієнтуванням на клієнта, повне забезпечення його вимог. Механізм управління якістю готельних послуг повинен спрямовуватись на вироблення управлінських рішень і здійснення комплексу дій стосовно планування, надання та реалізації послуг високого рівня якості [3, с. 164].

Діяльність у сфері гостинності передбачає високий рівень контакту та координації між обслуговуючим персоналом і гостями. Найбільш часто зустрічаються заходи, спрямовані на поліпшення і контроль якості послуг готельних підприємств (температура гарячої води, кількість рушників, умови приготування їжі, тощо). Проте якість готельних послуг полягає не тільки у вирішенні технічної сторони справи. Зусилля підприємств готельної індустрії традиційно були спрямовані на залучення клієнтів, на максимальне виконання побажань гостей, на завоювання довіри. Тому, при плануванні подальшого розвитку готельного підприємства необхідно робити особливий акцент на вдосконаленні відносин і спілкуванні між клієнтами і співробітниками готелю.

Таким чином, можна зробити висновок, що ефективність функціонування будь-якого готелю тісно пов'язана з рівнем обслуговування та якістю надання послуг. Забезпечення високих стандартів якості готельних послуг - це довгостроковий вклад, заснований на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб.

Література:

1. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник,- К.: Атіка, 2006.- 264 с.
2. Дубодєлова А.В., Лісовська Л.С., Нищота А.О. Система управління якістю обслуговування клієнтів готельного підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/VNULPP_2013_754_24.pdf
3. Феофанова О.Г., Нездойминов С.Г. Проблемы формирования конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2016. - №1. – С. 162 – 175.