

УДК 338.46:640.41

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-276-6-78-81

ІЛЬНИЦЬКА-ГИКАВЧУК Г. Я.  
Національний університет «Львівська політехніка»**ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

*Розглянуто сутність якості готельних послуг, зокрема це сукупність параметрів послуги, створених виробником послуги для задоволення потреб споживачів, та які відповідають стандартам та нормативно-правовим актам. Основні складові якості готельних послуг: соціальна, технічна, правова, економічна, функціональна, екологічна. Визначено принципи, яких треба дотримуватися під час управління якістю готельних послуг. Розкрито фактори, які впливають на якість. Доповнено їх класифікацію за такими ознаками: ступенем керованості (керовані і некеровані); силою впливу (сильні, слабкі); характером впливу (позитивні і негативні); можливістю передбачення (передбачувані і непередбачувані).*

*Ключові слова: якість, готельні послуги, споживач, фактор, управління.*

ILNITSKA-GYKAVCHUK G.  
National University «Lviv Polytechnic»**FACTORS OF IMPROVING THE QUALITY OF HOTEL SERVICES**

*The purpose of the article is to reveal the essence of the concepts of «quality» and «quality of hotel services», to identify and classify the factors that affect it, to evaluate the state of the hotel industry in Ukraine. The article describes the approaches of different authors to the interpretation of the concept of «quality». The quality of hotel services is a complex indicator because it includes both objective parameters, ie service characteristics as well as subjective ones, which depend on the perception of a particular consumer. It is a set of service parameters created by the service provider to meet the needs of consumers and which meet the standards and regulations. The main components of the quality of hotel services are: social, technical, legal, economic, functional, environmental. The principles to be followed in quality management are identified. Factors affecting quality are disclosed. Their classification has been supplemented by the following characteristics: by degree of controllability (managed and unmanaged); the power of influence (strong, weak); the nature of the impact (positive and negative); predictability (predictable and unpredictable). Thus, the hotel business is tasked with tailoring its services to a specific customer, that is, providing a level of service that meets customer needs and their financial capabilities. At the same time, the quality of hotel service is influenced by many factors that must be taken into account by senior management when managing the business.*

*Keywords: quality, hotel services, consumer, factor, management.*

**Постановка проблеми.** Готельне господарство інтенсивно розвивається, що пов'язано в основному зі збільшенням кількості туристів. Водночас дана галузь характеризується високою конкуренцією, високими вимогами споживачів до якості послуг. Тому підприємства повинні постійно шукати способи та заходи щодо покращення якості своїх послуг для того, щоб успішно функціонувати та отримувати прибутки.

На якість готельних послуг впливає багато чинників як внутрішніх, так і зовнішніх. Характерною особливістю галузі також є те, що на якість послуг значною мірою впливає людський фактор, тобто культура обслуговування, атмосфера в готелі тощо. Підприємству необхідно постійно досліджувати якість та фактори, які на неї впливають.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями оцінки якості готельних послуг займалися такі вчені, як Т. Ткаченко, М. Мальська, С. Мельниченко, М. Новак, В. Сергійко, О. Давидова, Н. Богдан, Н. Кудла. та інші.

**Метою статті** є розкриття сутності понять «якість» та «якість готельних послуг», визначення та класифікація факторів, які на неї впливають, оцінка стану готельного господарства України.

**Виклад основного матеріалу.** В ході тлумачення поняття «якість» склалися два підходи: суб'єктивний і об'єктивний. Згідно з першим якість визначається рівнем задоволення споживачів, а з другим – як сукупність характеристик, які можна виміряти. Так, згідно Е. Демінга, якість – це задоволення потреб споживачів. На думку Дж. Джурана та В. Шухарта, якість має як суб'єктивний, так і об'єктивний характер. Згідно Дж. Джурана якість – це ступінь, у якому певний виріб задовольняє потреби певного покупця, або ступінь, у якому він отримує у споживача перевагу над іншим у результаті проведених порівнянь, а також ознака або сукупність ознак, істотних для певного виробу, які можна виокремити. На думку В. Шухарта, якість має два аспекти: об'єктивні фізичні характеристика та суб'єктивний бік [1].

На даний час найбільшого поширення отримало визначення якості як сукупності характеристик об'єкта, які дають змогу задовольняти зумовлені або передбачувані потреби. Це визначено в міжнародному стандарті ISO 8402, а також в нормативних документах України [2]. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В. визначають якість як сукупність характеристик, властивостей та ознак об'єкта (продукції, послуг, процесу), рівень яких формується виробником при його створенні з метою задоволення установлених або передбачених потреб ринку [3]. Часто якість визначають як відповідність продукції та послуг стандартам.

Що стосується якості послуг, то вона залежить від якості обслуговування. Так, якість послуг підприємств готельного господарства – це сукупність (симбіоз) характеристик, параметрів, властивостей та ознак послуг, пов'язаних з розміщенням споживача шляхом надання місця для тимчасового проживання у засобі розміщення, організацією харчування, відпочинку, праці тощо, рівень яких формується виробником при їх створенні з метою задоволення визначених або передбачених потреб туристів [3]. Кудла Н.Є.

визначає, що це правильно визначені потреби клієнтів готелю [1]. Тобто треба надавати такі послуги, які задовольняють потреби клієнтів. Слід зазначити, що якість послуги має суб'єктивний характер, тобто оцінка якості тої самої послуги різними споживачами буде різною. Оцінювання якості клієнтом проводиться шляхом порівняння очікування послуги та її сприйняття. Чим більшою є різниця, тим він більше буде незадоволеним. Якщо сприйняття якості послуги відповідає очікуванням, то клієнт є задоволеним. У разі перевищення очікувань над фактичним сприйняттям клієнта він буде незадоволеним.

Якість послуг готелю значною мірою визначається ціною розміщення. Так, в готелях високої категорії ціни є вищими і одночасно вищою є якість послуг.

Узагальнюючи всі вище наведені визначення, можна зазначити, що якість готельної послуги – це сукупність параметрів послуги, створених виробником для задоволення потреб споживачів, та які відповідають стандартам та нормативно-правовим актам. Вона забезпечує конкурентні переваги для готельного підприємства та отримання ним прибутку.

Основними складовими якості готельних послуг є [1, 3]:

- соціальна – культура та професійність персоналу;
- технічна – стан матеріально-технічного забезпечення надання послуг, використання досягнень науково-технічного прогресу;
- правова – відповідність послуг нормативно-правовим актам та стандартам;
- економічна – економічність послуги, відповідність ціни і якості, готельна послуга має бути вигідна і для споживача, і для підприємства, забезпечуючи останньому отримання прибутку;
- функціональна – якість процесу надання послуг, швидкість, точність обслуговування;
- екологічна – використання екологічно чистих продуктів, матеріалів, технологій, які екологічно безпечні як для людини, так і для навколишнього середовища.

До складових якості готельних послуг Дубодєлова А.В. відносить доступність, комунікації, компетентність, ввічливість, надійність, довіру, відповідальність, безпеку, відчутність, розуміння клієнта [4].

Під час управління якістю готельних послуг слід дотримуватись принципів, на яких базується концепція загального управління якістю (Total Quality Management), а саме:

- орієнтація на споживача, виявлення його вподобань та їх задоволення;
- постійне поліпшення всіх процесів на підприємстві та якості зокрема;
- забезпечення якості на всіх стадіях життєвого циклу послуги, починаючи від її проєктування до надання;
- звернення особливої уваги на людські ресурси, оскільки від персоналу значною мірою залежить якість обслуговування;
- залучення персоналу у вирішення проблем якості;
- безперервне підвищення кваліфікації працівників;
- зосередження зусиль на попередженні проблем в сфері якості.

Слід зазначити, що на якість послуг готельного господарства впливають різні фактори. Так, фактори якості послуг – це рушійна сила, здатна змінити одну властивість послуги або їх сукупність [5].

Вченими запропонована наступна класифікація факторів [3]:

1. За змістом та спрямуванням:

- організаційні фактори: організація надання послуг, організація праці тощо.
- економічні: співвідношення попиту і пропозиції, матеріально-технічне забезпечення, ціни, зарплата, стимулювання.
- технічні: якість засобів розміщення, стан технічного забезпечення готелю.
- соціальні: умови праці, набір, підвищення кваліфікації кадрів, участь працівників в управлінні якістю, культура обслуговування.
- політичні: вплив політичних партій та інших організацій, політична культура.
- міжнародні: співробітництво, законодавство в сфері готельного господарства, якості.
- правові: нормативні акти в сфері якості та готельного господарства.
- природно-географічні: кліматичні умови, забезпеченість регіону природними ресурсами.

2. За напрямками діяльності готельного підприємства: маркетингові, організаційно-управлінські, фінансово-економічні, виробничо-експлуатаційні, інноваційні, інвестиційні.

3. За характером формування: внутрішні (це фактори, які діють в межах фірми і на які можна впливати), зовнішні. Так, внутрішні фактори виникають на самому підприємстві і включають його персонал, матеріально-технічне забезпечення, якість послуг, систему менеджменту тощо. В свою чергу, зовнішні фактори включають економічні, політичні, демографічні умови, вимоги покупців, конкурентів.

4. За методами оцінки: кількісні (їх можна оцінити кількісно – прибуток, дохід, заробітна плата) та якісні. Особливістю сфери гостинності є те, що більшість факторів є якісними і їх важко оцінити, наприклад, культура обслуговування, гостинність.

5. За напрямом впливу: стимулюючі (стимулюють готель до підвищення якості) та стримуючі (недосконалість законодавства, інфляція, високі податки тощо).

6. За характером впливу: прямі (прямо впливають на якість послуг: стан технічного забезпечення, організація обслуговування тощо) та непрямі (правове регулювання, політичні, демографічні, міжнародні, природно-ресурсні фактори).

7. За тривалістю дії: постійні, тимчасові, періодичні.

Ми пропонуємо доповнити класифікацію факторів за такими ознаками: за ступенем керованості (керовані і некеровані); за силою впливу (сильні, слабкі); за характером впливу (позитивні і негативні); за можливістю передбачення (передбачувані і непередбачувані). Так, за ступенем керованості фактори якості можна поділити на керовані (на які можна вплинути, наприклад, персонал, матеріально-технічне забезпечення тощо) і некеровані (на них не можна вплинути, наприклад, політична, економічна ситуація).

За силою впливу можна виділити сильні і слабкі фактори. Сильні фактори суттєво впливають на якість послуг і в кінцевому на результати діяльності підприємства, наприклад, стан матеріально-технічного забезпечення, рівень обслуговування. До слабких факторів можна віднести демографічну ситуацію, міжнародні фактори тощо. За характером впливу фактори поділяються на позитивні і негативні. Позитивні фактори призводять до зростання якості готельних послуг, ступеня задоволення клієнта, покращення фінансово-господарської діяльності підприємства. В свою чергу, негативні фактори діють в протилежному напрямку, тобто негативно впливають як на кінцеві результати діяльності підприємства, так і на сам виробничо-господарський процес.

За можливістю передбачення фактори поділяються на передбачувані (появу і вплив яких можна спрогнозувати і таким чином легше на них вплинути) і непередбачувані (важко спрогнозувати їх появу).

На основі дослідження проведемо SWOT-аналіз розвитку готельного господарства України та виявимо фактори, які на нього впливають (табл. 1).

Таблиця 1

### SWOT-аналіз розвитку готельного господарства України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Багатий історико-культурний та природно-ресурсний потенціал України. Вдале географічне розташування України. Збільшення кількості міжнародних готельних операторів. Використання інноваційних технологій (електронне бронювання) Зростання числа готелів високої категорії. Постійне підвищення якості готельних послуг.	Недостатній рівень розвитку інфраструктури. Недостатній рівень матеріально-технічного забезпечення готелів. Недостача кваліфікованих фахівців у галузі готельного господарства. Низькі обсяги інвестування. Низька кількість готелів міжнародного класу. Відсутність платоспроможного попиту. Недостатньо ефективна цінова та рекламна політика.
Можливості	Загрози
Інвестування в розвиток готельної індустрії. Збільшення числа туристів. Збільшення кількості заходів міжнародного рівня, що проводяться на території України. Підвищення кваліфікації персоналу	Економічна криза. Зниження доходів населення. Зменшення числа туристів. Зростання конкуренції. Політична ситуація. Зростання цін на готельні послуги.

**Висновки.** Якість готельних послуг є комплексним показником, оскільки включає як об'єктивні параметри, тобто характеристики послуги, так і суб'єктивні, які залежать від сприйняття конкретного споживача. Перед готельним підприємством стоїть завдання пристосувати свої послуги під конкретного клієнта, тобто надати такий рівень обслуговування, який відповідає запитам споживачів та їх фінансовим можливостям. Водночас на якість готельного обслуговування впливає багато факторів, які слід враховувати керівному персоналу при управлінні підприємством. На підставі проведеного свот-аналізу готельного господарства України встановлено, що основними проблемами є недостатній рівень розвитку інфраструктури, матеріально-технічного забезпечення, недостача кваліфікованих фахівців, низькі обсяги інвестування, відсутність платоспроможного попиту, недостатньо ефективна цінова та рекламна політика.

### Література

1. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі : підручник / Н.Є. Кудла. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 328 с.
2. Системи управління якістю. Основні положення і словник : ДСТУ ISO 9000-2011. – К. : Держстандарт України, 2001. – 27 с.
3. Управління якістю послуг готелів: методологія та практика : монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.В. Босовська, О.В. Полтавська. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 728 с.
4. Дубоділова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти / А.В. Дубоділова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – № 611. – С. 130–134.
5. Сергійко В. Ф. Фактори підвищення якості послуг в готельній індустрії та їх класифікація [Електронний ресурс] / В. Ф. Сергійко // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм. – 2010. – Том 1, № 1. – Режим доступу : <http://jml.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/2972/2930>.

### References

1. Kudla N.Ie. Upravlinnia yakistiu v turyzmi : pidruchnyk / N.Ie. Kudla. – K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2015. – 328 s.
2. Systemy upravlinnia yakistiu. Osnovni polozhennia i slovnyk : DSTU ISO 9000-2011. – K. : Derzhstandart Ukrainy, 2001. – 27 s.
3. Upravlinnia yakistiu posluh hoteliv: metodolohiia ta praktyka : monohrafiia / T.I. Tkachenko, S.V. Melnychenko, M.V. Bosovska, O.V. Poltavska. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2012. – 728 s.
4. Dubodielova A.V. Systema upravlinnia yakistiu hotelnykh posluh: metodolohichni aspekty / A.V. Dubodielova // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». – 2008. – № 611. – S. 130–134.
5. Serhiiko V. F. Faktory pidvyshchennia yakosti posluh v hotelnii industrii ta yikh klasyfikatsiia [Elektronnyi resurs] / V. F. Serhiiko // Naukovyi visnyk Instytutu mizhnarodnykh vidnosyn NAU. Serii: ekonomika, pravo, politolohiia, turyzm. – 2010. – Tom 1, № 1. – Rezhym dostupu : <http://jml.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/2972/2930>.

Рецензія/Peer review : 22.11.2019

Надрукована/Printed : 02.01.2020  
Рецензент: д. е. н., проф. Терехух А. А.