

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ І РЕСТОРАНАХ QUALITY ASSESSMENT IN HOTELS AND RESTAURANTS

УДК 64.0-021.4(045)

DOI <https://doi.org/10.32843/bSES.52-30>**Рябенка М.О.**

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Riabenka Maryna

Vinnitsia Institute
of Trade and Economics
of Kyiv National University
of Trade and Economics

У статті висвітлено основні проблеми розвитку готельно-ресторанного господарства та невідповідність якості готельних і ресторанных послуг національним та світовим стандартам, дисбаланс ціни та якості, застарілий рівень матеріально-технічної бази. Визначено три основних підходи до визначення якості послуг. Узагальнено основні різновиди показників, класифікацію видів та методів оцінки якості послуг готелів і ресторанів. Запропоновано механізм підвищення якості, що визначає порядок діяльності менеджменту готелів і ресторанів. Для ефективної реалізації механізму запропоновано дотримання принципів управління, виконання спеціальних функцій управління, застосування методів та інструментів управління. Відзначено, що лише взаємодія з динамічним середовищем передбачає рух коштів розміщення в напрямі розвитку, який вимагає урахування потреб туристів, підвищення конкурентоспроможності та якості послуг, формування ефективної цінової політики.
Ключові слова: ресторан, готель, якість, послуга, показники, методи, механізм.

В статье освещены основные проблемы развития гостинично-ресторанного хозяй-

ства, среди которых – несоответствие качества гостиничных и ресторанных услуг национальным и мировым стандартам, дисбаланс цены и качества, устаревший уровень материально-технической базы. Определены три основных подхода к определению качества услуг. Обобщены основные разновидности показателей, классификации видов и методов оценки качества услуг гостиниц и ресторанов. Предложен механизм повышения качества, определяющий порядок деятельности менеджмента гостиниц и ресторанов. Для эффективной реализации механизма предложено соблюдение принципов управления, выполнения специальных функций управления, применения методов и инструментов управления. Отмечено, что только взаимодействие с динамичной средой предполагает движение средств размещения в направлении развития, которое требует учета потребностей туристов, повышение конкурентоспособности и качества формирования эффективной ценовой политики.
Ключевые слова: ресторан, гостиница, качество, услуга, показатели, методы, механизм.

The article deals with the main problems of the development of the hotel and restaurant industry and the mismatch of the quality of hotel and restaurant services with national and world standards, imbalance of price and quality, outdated level of material and technical base. There are three main approaches to determining the quality of services. The main varieties of indicators, classification of types and methods of evaluating the quality of services of hotels and restaurants are summarized. The mechanism of quality improvement, which determines the order of activity of management of hotels and restaurants, is offered. In order to effectively implement the mechanism, it is suggested to observe the principles of management, perform special control functions, apply methods and tools of management. Only interaction with the dynamic environment implies the movement of accommodation in the direction of development, which requires taking into account the needs of tourists, improving the competitiveness and quality of services, formation of effective pricing policy. Actually service, as an integral part of the functioning of hotels and restaurants, is a purposeful activity, the result of which is to satisfy the needs of consumers not only at the basic level (physiological needs), but also the needs of the higher level, which determines the complexity of the assessment. The problem of dissatisfaction with the services of the hotel and restaurant companies leads to large losses of real and potential consumers, as well as a desirable market share. That is why it is important to accurately and timely identify the desires and expectations of your target customers. Therefore, the final assessment of the quality of service is made at the end of the process of provision and is expressed in obtaining individual benefits. Consumer judgments about the quality of services are based on subjective experience and observations and confirmed by analyzing and evaluating the behavior of direct partners in the process of interaction (enterprise, employee). Developing a quality service system is a prerequisite for the effective operation of domestic hospitality industry enterprises. Quality is an important tool in the fight for a competitive position in the services market.

Key words: restaurant, hotel, quality, service, indicators, methods, mechanism.

Постановка проблеми. Одним із пріоритетних напрямів перебудови економіки є необхідність створення передумов для ефективного функціонування готельно-ресторанного бізнесу, що є одним із важливих складників туристичної інфраструктури, важливим напрямом соціально-економічного розвитку країни, який презентує вітчизняний туристичний продукт на світовому ринку, як наслідок, є рушійною силою в процесі глобалізації та інтеграції України до світового економічного простору.

Відповідно до Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2018–2020 рр., залежно від реалізованого сценарію планується порівняно з 2016 р. збільшення прибутку до оподаткування на 38–49% у 2018 р., при цьому збиток, за прогнозами, збільшиться на 1–15% [1], тобто очікується позитивний фінансовий результат загалом за всіма видами економічної діяльності на відміну від сьогоднішнього.

Нині однією з головних проблем українських закладів готельно-ресторанного господарства є створення системи якісного обслуговування, що дає змогу забезпечити надання конкурентоздатних послуг. Якість є важливим інструментом у боротьбі за ринки просування та продажу послуг. Лише якісні послуги відкривають експортний шлях на платоспроможні західні ринки.

Підприємства розміщення та харчування в структурі індустрії гостинності виконують ключові функції, оскільки формують і пропонують відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та просуванні яких беруть участь різні сектори й елементи індустрії гостинності. Так, згідно з даними Державного сайту статистики, розподіл обсягу реалізованих послуг підприємствами тимчасового розміщення й організації харчування для національного споживача становить 71,2%, підприємств/установ – 26,6%, для інших категорій спожи-

вачів – 2,2% у IV кварталі 2019 р. [2]. Це свідчить про внутрішню орієнтованість ринку готельно-ресторанних послуг та низьку конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Така ситуація зумовлена низькою якістю наданих послуг порівняно із закордонними підприємствами, невідповідністю ціни та якості запропонованих послуг, а також недостатньою диференціацією та відповідністю асортименту до вподобань споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема оцінки якості послуг тимчасового розміщення та харчування й ефективності їх застосування досить багатогранна і неоднозначна у своєму рішенні. Її дослідженню присвячено роботи багатьох вітчизняних фахівців, серед яких: А.В. Дубодєдова, Й.М. Голик, О.Л. Ремеслова, І.В. Щоголева, В.В. Окрепилов, А.В. Вакулєнко, Д.І. Чернявський, Л.В. Мінкевич, Д.В. Рудаків, Д. Боуєн, Л.Г. Агафонова, Л.В. Чорненька, М.П. Мальська, М.І. Кабушкін, Г.А. Бондаренко, О.С. Кусков, Л.Г. Лук'янова та ін.

Незважаючи на те що різним аспектам розвитку та управління у сфері готельно-ресторанного господарства присвячено чимало наукових праць, у теорії та практиці управління якістю послуг, особливо в Україні, залишається багато проблемних і малодосліджених питань, у тому числі й на законодавчому рівні.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення якості як ключового чинника привабливості в готельно-ресторанному господарстві та способу оцінки якості наданих послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Динамічний розвиток зумовлює появу закладів готельно-ресторанного господарства різних типів і цінних категорій, що дає споживачам можливість вибирати такий заклад, який найбільше підходить для них за всіма критеріями [3].

Діяльність готелів та подібних засобів тимчасового розміщення протягом 2015–2018 рр. характеризується поступовим зростанням кількості суб'єктів господарювання. Так, у 2016 р. порівняно з 2015 р. кількість суб'єктів господарювання у цій сфері зросла з 4 035 од. до 4 104, тобто збільшилася на 1,7%. У наступних 2017 та 2018 рр. така тенденція до зростання продовжилася і кількість суб'єктів господарювання зросла до 4 432 та 4 985 од. відповідно, тобто збільшення відбулося у 2017 р. на 8%, а в 2018 р. – ще на 12,4%. Переважна більшість суб'єктів господарювання у цьому секторі – це суб'єкти малого підприємництва, точніше мікропідприємництва [4].

Безумовно, технологічний процес обслуговування споживачів у готелях включає стандартний перелік послуг, які надаються гостю, але він може бути варіативним у технологічному циклі. Також слід зазначити, що завжди зберігається послідовність надання основних послуг на кожному етапі

процесу: бронювання місць; прийом, реєстрація і розміщення гостя; виїзд і остаточна оплата послуг готелю тощо [5].

Поняття «якість» у готельно-ресторанній індустрії має свої особливості. У найзагальнішому сенсі можна виділити три основні підходи до визначення якості послуг.

По-перше, якість – це точне визначення потреб клієнтів для їх подальшого виконання. Найголовніше правило обслуговування – задовольнити всі потреби клієнтів.

По-друге, якість – це не лише задоволення потреб клієнтів, а ще й правильне їх надання. Наприклад, якщо послуга буде надана, але персонал закладу буде надавати дані послуги з небажанням та недоброросовісно, то задоволення від споживання подібної послуги клієнт, скоріше за все, не отримає.

По-третє, якість повинна бути постійною. Однотипні послуги повинні надаватися багаторазово і з постійною якістю. Клієнт, який постійно відвідує один і той самий готель, не повинен бачити суттєвої різниці між послугами, наданими в перший раз і в усі наступні факти відвідування готелю.

Проблему надання якісного обслуговування в готелі можна вирішити кількома способами. Перший напрям – американська модель інтернаціоналізації. У сучасній індустрії туризму мандрівник має можливість вибирати з безлічі підприємств, отримуючи якісне і різноманітне обслуговування там, де він вважає за потрібне. На вибір часто впливає можливість отримання гарантованого рівня сервісу без «будь-яких сюрпризів». Сьогодні лідерами такої гарантованої інтернаціональної системи якості є готельні ланцюги.

Другий напрям зі створення якісних послуг використовується переважно незалежними підприємствами сфери туризму. Основу його становить чітке дотримання параметрів комфортності, які вироблені практикою турбізнесу й є універсальними як для готелю, так і для роботи підприємства харчування або туристської фірми.

У міжнародній практиці існує два найпопулярніших підходи до визначення якості обслуговування. Перший – визначення якості обслуговування на основі оцінки корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг: інформація щодо точного уявлення про особливості та властивості наданих послуг, які викликають задоволення споживачів, є засобом виміру рівня якості. Щодо іншого підходу до визначення якості обслуговування, то це оцінка недоліків у процесі обслуговування клієнтів. Відсутність недоліків – головний шлях досягнення високого рівня якості.

Незалежно від зусиль закладу навіть у найкраще спроектованому й організованому закладі готельно-ресторанного господарства може

з'явитися клієнт, незадоволений його послугами, тому провідною ідеєю управління якістю є орієнтація на клієнта, повне забезпечення його вимог.

Якість послуг – це відповідність наданих послуг очікуванім або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхні реальна форма і зміст є критеріями якості обслуговування у готелі. Критерії оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступеню задоволення клієнта – це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим [6].

Якість готельної та ресторанної послуги потрібно розглядати як єдність трьох складових частин.

1. Базова якість – це сукупність тих властивостей послуги, наявність якої споживач вважає обов'язковою.

2. Необхідна (очікувана) якість – це сукупність технічних і функціональних характеристик послуги. Вони показують, наскільки послуга відповідає тому, що було заплановано виробником.

3. Бажана якість представляє для споживача несподівані цінності запропонованої йому послуги, про наявність яких він міг тільки мріяти, не припускаючи можливості їх реалізації.

Помилково створюється враження, що послуги готельного та ресторанного господарства задовольняють потреби нижчого рівня піраміди потреб Маслоу – потреби сну й голоду, а саме фізіологічні потреби, що доповнюються хіба що потребою в безпеці клієнта або його майна.

Проте у міру задоволення елементарних потреб готельні та ресторани послуги задовольняють потреби вищого рівня, наприклад:

– суспільні потреби – приналежність до групи людей, які користуються послугами закладів вищого рівня обслуговування;

– потреби поваги й визнання – здатність користуватися перевагами «постійного клієнта»;

– потреби самореалізації – матеріальна здатність користуватися послугами готельно-ресторанного господарства тощо.

Про піраміду потреб Маслоу необхідно пам'ятати, замислюючись над наданням послуг розміщення та харчування, над остаточною їхньою формою. Це нагадує, що споживач може очікувати від закладу чогось більшого, не тільки задоволення фізіологічних потреб, а й надання додаткових послуг вищого рівня [7].

Залежно від ознаки класифікації продукту йому відповідають різні типи показників якості. Як видно з табл. 1, у кожній із шести основних груп, своєю чергою, виділяють кілька типів показників якості, кожен з яких характеризує ті чи інші властивості продукції.

Формування показників для оцінки якості обслуговування у готелі та ресторани є досить складним процесом, бо вони через свою комплексність не піддаються безпосередньому виміру, а отже, підлягають диференціації на більш прості об'єкти. Найвищий рівень якості обслуговування у ресторани або готелі можливо досягти за рахунок демонстраційного типу виконання процесу, де споживач спостерігає за ходом виконання операцій із вироб-

Таблиця 1

Основні показники якості

№ п/п	Ознака класифікації	Типи показників
1.	Відношення до властивостей продукції	1. Призначення. 2. Надійність. 3. Технологічність. 4. Ергономічність. 5. Стандартизація. 6. Патентно-правові. 7. Економічні.
2.	Кількість відображених властивостей	1. Одиничні. 2. Комплексні.
3.	Метод визначення	1. Інструментальні. 2. Розрахункові. 3. Статистичні. 4. Органолептичні. 5. Експертні. 6. Соціологічні. 7. Комбіновані.
4.	Стадія визначення	1. Проектні. 2. Виробничі. 3. Експлуатаційні. 4. Прогнозовані.
5.	Розмір відображених величин	1. Абсолютні. 2. Приведені.
6.	Значимість під час оцінки якості	1. Основні. 2. Додаткові.

ництва кулінарної продукції, але й вони не завжди можуть також бути доцільними для різних типів підприємств.

Основними критеріями якості обслуговування в готелі або ресторані є комплексність послуги (рівень задоволення потреб споживачів), якість праці персоналу (рівень кваліфікації, професійність), якість послуги (результат виконання операцій з обслуговування), якість матеріально-технічної бази, де відбувається процес обслуговування. До показників якості обслуговування можна віднести комплексність обслуговування, якість роботи персоналу з обслуговування, якість приміщень та місць для виконання процесу надання послуги.

До основних методів або інструментів контролю якості відносяться такі статистичні методи (табл. 2): контрольний листок; гістограма; діаграма розкиду; діаграма Парето; стратифікація (розшарування); діаграма Ісікави (причинно-наслідкова діаграма); контрольна карта.

Оцінку якості за вибором системи показників або, інакше кажучи, за їх видом можна розділити на диференційовані, комплексні та змішані. Рід час проведення аналізу якості необхідно керуватися принципом, що думка клієнта про якість наданих готельних або ресторанних послуг є основою. Виходячи із цього, основним методом збору даних, необхідних для проведення аналізу якості, повинен стати анкетний метод.

Можна виділити низку критеріїв якості готельних послуг:

– компетентність – виражається у тому, що персонал готелю або ресторану володіє необхідними знаннями і навичками та достатнім рівнем професіоналізму для надання тих чи інших послуг;

– надійність – визначається стабільністю роботи закладу готельно-ресторанного господарства;

– чуйність – персонал закладу прагне за можливості задовольнити всі побажання своїх клієнтів, надаючи нетипові послуги;

– доступність – персонал повинен бути контактним і доступним, клієнт не повинен шукати працівника відповідної служби по всьому закладу;

– розуміння – один із головних елементів гостинності, який заснований на розумінні всіх специфічних потреб клієнтів та їх подальшому задоволенні;

– комунікація – персонал повинен бути максимально відкритим для клієнта і надавати доступ до необхідної йому інформації;

– довіра – показник якості, що виражається у тому, що задоволений обслуговуванням клієнт уважатиме цей готель найкращим і в майбутньому пропонуватиме його послуги своїм близьким, друзям, знайомим, підвищуючи тим самим репутацію закладу;

– безпека – основна властивість готельної або ресторанної послуги, що відбиває головну потребу будь-якого клієнта – потребу в моральній та фізичній безпеці;

– ввічливість – персонал повинен бути ввічливим, доброзичливим, дружелюбним, уважним;

– відчутність – клієнт повинен не тільки споживати, а й відчувати надані послуги, що досягається за рахунок оформлення приміщень і будівлі закладу, а також уніформи персоналу.

Для реалізації принципів підвищення якості послуг у готелях і ресторанах необхідний механізм, який буде системою, що визначає порядок діяльності менеджменту готелів та ресторанів, спрямованої на підвищення якості комплексу послуг засобів розміщення (рис. 1). Необхідним компонентом механізму є управлінський, що передбачає відповідальність керівників засобів розміщення та ресторанів за проведення заходів у сфері вдоскона-

Таблиця 2

Класифікація видів та методів оцінки якості

Прямого розрахунку по кінцевому результату (економічному)		Параметричні по комплексу, параметрам та відповідним методам оцінки	
<i>За економічною ефективністю для суб'єкта, який створює якість</i>	<i>За економічною ефективністю для суб'єкта, що споживає якість</i>	<i>Розрахункові</i>	<i>Експертні</i>
Алгоритм	Алгоритм	Оцінка «жорстких параметрів». Можуть бути: - оцінка одиничних параметрів якості; - індексна оцінка; - комплексна оцінка; - оцінка ринків; - оцінка посередників; - оцінка рівня конкуренції; - оціночні числа; - рейтинги	Оцінка менш жорстких параметрів (естетичних, ергономічних)
Визначення корисного ефекту для власника	Визначення корисного ефекту для споживача		
Визначення витрат на створення	Визначення загальних витрат споживача		
З іншого боку			
Методи оцінки якості			
Диференціальні		Комплексні (включаючи диференціальну оцінку як етап)	

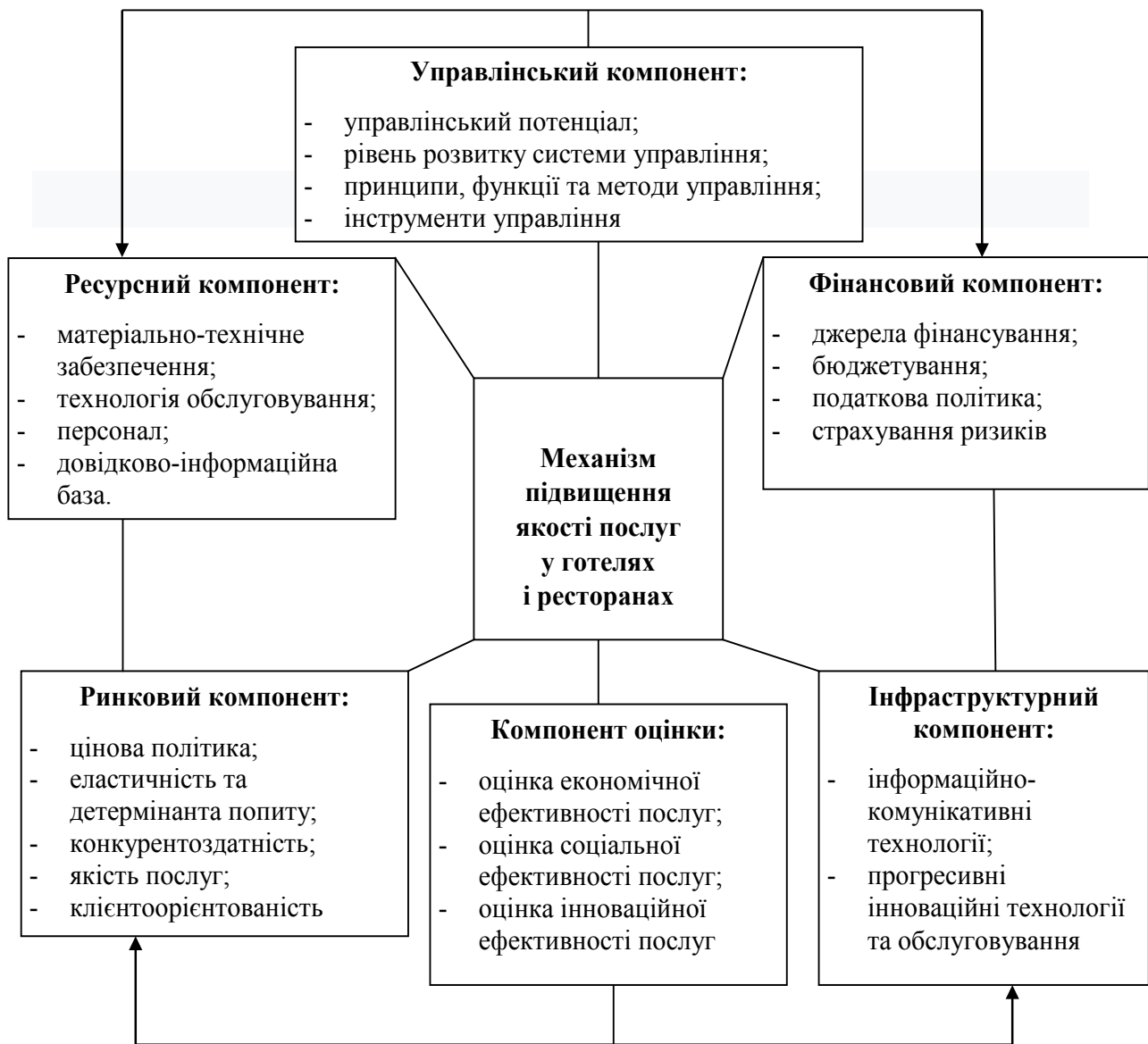


Рис. 1. Структура механізму підвищення якості послуг у готелях і ресторанах

лення якості та підвищення ефективності послуг і реалізацію управлінського потенціалу.

Під час оцінки управлінського потенціалу доцільно використовувати європейський і американський досвід, здійснюючи аналіз за такими характеристикам: вектори спрямованості особистості (на справу, на спілкування, на себе), рівень інтелекту, здатність до творчості (креативність), рівень агресивності, рівень суб'єктивного контролю, комунікабельність, самооцінка і рівень домагань, тривожність і впевненість у собі, психологічний статус, стиль спілкування і керівництва, організаторські здібності.

Для ефективної реалізації механізму необхідне дотримання принципів управління, виконання спеціальних функцій управління, застосування методів та інструментів управління. Лише взаємодія з динамічним середовищем передбачає рух коштів розміщення в напрямі розвитку, що вимагає вра-

хування потреб туристів, підвищення конкурентоспроможності та якості послуг, формування ефективної цінової політики.

Висновки з проведеного дослідження. У практиці управління якістю готельних послуг потрібно виділити декілька етапів: прийняття рішень щодо переліку готельних та ресторанних послуг, що надаються або будуть надаватися; перевірка готовності готелю і ресторану до надання цих послуг та перевірка плану по персоналу; аналіз процесу надання готельних та ресторанних послуг; визначення ключових чинників успіху, проаналізувавши попит та конкуренцію; визначення основних напрямів інноваційної діяльності, якщо у цьому є потреба; усунення недоліків у роботі готелю та ресторану; порівняння досягнутих параметрів робіт з установленими стандартами; розроблення довгострокових чи стратегічних планів у сфері гостинності.

Отже, підсумкова оцінка якості послуг складається наприкінці процесу надання і виражається в одержанні індивідуальної вигоди. Судження споживача про якість послуг формується виходячи із суб'єктивного досвіду й спостережень і підтверджується за допомогою аналізу та оцінки поведінки безпосередніх партнерів у процесі взаємодії.

Розроблення системи якісного обслуговування є обов'язковою умовою ефективної діяльності вітчизняних підприємств готельно-ресторанного господарства. Якість є важливим інструментом у боротьбі за конкурентоспроможне становище на ринку послуг. Власне послуга як невід'ємний складник функціонування готелів та ресторанів є цілеспрямованою діяльністю, результатом якої є задоволення потреб споживачів не тільки на базовому рівні (фізіологічні потреби), а й потреби вищого рівня, що зумовлює комплексність під час оцінки. Проблема незадоволеності послугами готельних та ресторанних підприємств призводить до втрати реальних та потенційних споживачів, а також бажаної частки ринку. Саме тому важливо точно та своєчасно виявляти бажання й очікування своїх цільових споживачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2018–2020 рр. : Постанова Кабінету Міністрів України від 31.05.2017 № 411. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250057723>.
2. Офіційний сайт Державної статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини : монографія. Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів. Opole, The Academy of Management and Administration in Opole, 2019.
4. Власенко І.В., Рябенька М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави : монографія. Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально- економічних процесів. Opole, The Academy of Management and Administration in Opole, 2020.
5. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. *Науковий вісник Полтав-*

ського університету економіки і торгівлі. 2016. № 2(74). С. 70–76.

6. Чередниченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2016. № 56. С. 68–73.

7. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.

REFERENCES:

1. Pro skhvalennya Prognozu ekonomichnogo i soczi`alnogo rozvitku Ukraini na 2018-2020: zatv. Postanovoyu Kabìnetu mi`nìstri`v Ukraini vi`d 31.05.2017 #411. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250057723>.
2. Ofi`czi`jnij sajt Derzhavnoyi statistiki Ukraini. Vilucheno z: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Mazurkevich I`O. (2019) *Doslì`dzhennya efektivnosti` upravli`nnya zakladami gotel`no-restorannogo bi`znesu Vi`nnichchini* [Research on the efficiency of management of establishments of the hotel and restaurant business of Vinnitsa region] / Monografi`ya. Konceptual`ni` zasadi ta tendenci`yi rozvitku soczi`al`no-ekonomi`chnikh procesi`v. Opole, The Academy of Management and Administration in Opole.
4. Vlasenko I`.V., Ryaben`ka M.O., Luk`yanecz` A.V. (2020) *Dinami`ka rozvitku zakladiv gotel`nogo gospodarstva ta yikh vpliv na ekonomìku derzhavi* [Dynamics of development of hotel installations and their impact on the economy of the state] / monografi`ya. Konceptual`ni` zasadi ta tendenci`yi rozvitku soczi`al`no-ekonomi`chnikh procesi`v. Opole, The Academy of Management and Administration in Opole.
5. A.S. Kapli`na. (2016) *Metodichnij pi`dkhi`d do oczi`nki yakosti` gotel`nikh poslug.* [Methodical approach to quality assessment of hotel services]. *Naukovij vi`snik Poltav`kogo uni`versitetu ekonomìki i` torgi`vli`.* No 2(74), pp. 70-76.
6. Cherednichenko A.O. (2016) *Yaki`st` nadannya poslug yak klyuchovij faktor privablivosti` pi`dpriyemstv gotel`nogo gospodarstva.* [Quality of service as a key factor in the attractiveness of the hotel industry]. *Vi`snik ekonomìki transportu i` promislovosti`.* No 56, S. 68-73.
7. Mal`s`ka M.P., Pandyak I`.G. (2012). *Gotel`nij bi`znes: teori`ya i` praktika.* [Hotel business: theory and practice]. Kiyiv: Czentr uchbovoyi li`teraturi. (in Ukrainian).