

Д. І. Басюк,
д. е. н. доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій, м. Київ
Д. О. Мельник,
менеджер департаменту бронювання та обслуговування масових напрямів ТОВ "Тревел
Профешнл Груп", магістр, Національний університет харчових технологій, м. Київ
М. П. Маршаленко,
асистент кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій, м. Київ

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.3.30

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

D. Basyuk,
Professor in Economics, Head of Department of Tourism and Hotel Business National University of Food Technologies, Kiev
D. Melnyk
Master, National University of Food Technologies, Kiev
M. Marshalenko,
asistent of Department of Tourism and Hotel Business National University of Food Technologies, Kiev

THE COMPREHENSIVE APPROACH TO ASSESSING THE QUALITY OF HOTEL ENTERPRISES

У статті досліджено комплексні підходи до оцінки якості обслуговування готельних підприємств на сучасному українському ринку, виявлено неузгодженість стандартів оцінювання якості послуг гостинності та рівня сервісу, описано зовнішні та внутрішні підходи, що використовуються для оцінки якості.

На основі проведених досліджень шляхом анкетування виявлено основні проблеми якості обслуговування окремих готельних підприємств Києва, невідповідність якості готелів згідно з їхньою зазначеною зірковістю, а також запропоновано комплексний підхід до оцінювання якості готелів.

The article describes comprehensive approaches to the assessment of the quality of service of hotel enterprises in the modern Ukrainian market, the inconsistency of standards for assessing the quality of hospitality services and service level has been identified, and the external and internal approaches used for quality assessment have been described. The article also describes the main global booking sites, which provide ratings of real tourists reviews.

On the basis of conducted research by means of questionnaires revealed the main problems of quality of service of individual hotel enterprises of Kiev, discrepancy in quality of hotels according to their stated star, and also offered a comprehensive approach to hotel quality. An objective assessment of the quality of hotel services is important both for individual clients and for tour operators, who form a comprehensive tourist product based on the services of accommodation. In this case, the cooperation with international hotel chains of hotels, which adhere to high standards of service for guests and is more responsive to the concepts of "cleanliness" and "service". The voluntarily established category of the hotel does not always show the true level of quality of service. For the owners of the hotel is a kind of advertising, so that the tourists considered the hotel more qualitative. However, for a tourist "star hotel" is not a sign of quality.

Another effective method for assessing the quality of hotel enterprises is the evaluation and rating of the opinions of real tourists on global booking sites. The introduction of a comprehensive assessment of the quality of hotel services, namely the use of internal and external approaches will allow the most complete assessment of the quality of service. It is appropriate to create an Independent Board on Quality Control Service at hotel enterprises and the introduction of a special certificate, according to which every tourist will understand that this hotel is trustworthy. Also, such a certificate can confirm the conformity or non-compliance of the declared category of the hotel.

Ключові слова: якість, стандарти, рівень обслуговування, сертифікація,
Key words: quality, standards, service level, accordinaton to category.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогодні туризм є однією із провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. Протягом останніх 10 років світові тем-

пи зростання кількості міжнародних туристичних прибуттів складають +4 % щороку, в 2018 році зафіксовано 1,4 мільярди міжнародних туристичних прибуттів, що на 74 мільйони (7%) більше, ніж 2017 р. Внесок міжна-

Розвиток готельного господарства України в 2011–2017* рр.

Рік	Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування, од.		Кількість номерів, од.		Кількість розміщених осіб		Коеф. використання місткості
	Абсолютне значення показника, од.	Темп зростання, %	Абсолютне значення показника, од.	Темп зростання, %	Абсолютне значення показника, тис. осіб	Темп зростання, %	
2011	3162	182,7	76986	96,4	4656,8	115,0	0,20
2012	3144	99,4	81441	105,8	4983,9	107,0	0,26
2013	3582	113,9	89685	110,1	5467,8	109,7	0,25
2014	2644	73,8	69237	77,2	3814,2	69,8	0,22
2015	2478	93,7	68241	98,6	4297,2	112,7	0,23
2016	2534	102,3	70081	102,7	5037,1	117,2	0,25
2017	2474	97,63	68224	97,4	5135,2	101,9	0,26

Примітка: * 2014–2017 рр. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: побудовано автором за даними [4].

родного туризму у світовий ВВП оцінюється на рівні 10%, а частка в міжнародній торгівлі послугами досягає 30% [5].

Україна в контексті світового та європейського розвитку туристично-готельної галузі, поступово відновлює динаміку туристичних потоків та інфраструктуру гостинності. Разом з тим, результати аналізу розвитку готельного господарства в системі національної економіки країни показали, що, володіючи значною територією, відомими об'єктами культурно-історичної спадщини та багатими природно — рекреаційними ресурсами, частка України у світовому готельному господарстві у 2017 р. не перевищувала 0,6%, щое недостатнім та свідчить про потенціал для подальшого розвитку.

Одними з основних проблем розвитку готельного господарства є невідповідність якості готельних послуг національним та світовим стандартам, дисбаланс ціни та якості, застарілий рівень матеріально-технічної бази номерного фонду.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню якості обслуговування готельних підприємств присвячено багато наукових праць, авторами яких є Л. Завідна, М. Бойко, С. Байлик, А. Гопкало, Х. Роглев, О. Головка, Г. Круль, А. Нечаюк, Т. Ткаченко, Т. Сокол, Г. Мунін, О. Розметова, Г. Бондаренко та ін.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аналіз основних підходів до комплексної оцінки якості готельних послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Науковці відзначають, що ключова роль у інституційному становленні туристичної галузі належить інфраструктурі колективних засобів розміщення. Згідно ДСТУ 4527:2006 "Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення" [2], до колективних засобів розміщення (КЗР) відносять підприємства будь-якої форми власності та організаційно — правової форми, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, де кількість місць повинна перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву й оплаті відповідно до встановлених цін. У структурі КЗР виділяють готелі та аналогічні засоби розміщування та спеціалізовані засоби розміщування [2].

Інституційне становлення готельної галузі відбувається на фоні певного поживлення у країні ділової активності, насамперед малого і середнього бізнесу, а також туристичної активності, зокрема внутрішнього туризму, поступового зростання доходів населення, обсягів інвестиційної діяльності, розроблення та впровадження прогресивних методів і стандартів готельного обслуговування.

Якість послуг у засобах розміщення регулюються національними стандартами, а саме: ДСТУ 4268:2003 "Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги", ДСТУ 4527:2006 "Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення", ДСТУ 4269:2003. "Послуги туристичні. Класифікація готелів".

Формування якісної оцінки для готельного підприємства залежить від різних факторів, таких як науково-технічний прогрес у готельному господарстві, стан матеріально-технічної бази, професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу та постійний контроль за якістю.

Якість готельних послуг також визначається внутрішніми стандартами готельних підприємств. Аналізуючи іноземний досвід американських, європейських чи азіатських готельних мереж, можна зробити висновок: всі відомі мережі готелів стали відомими саме завдяки високим внутрішнім стандартам бездоганного сервісу. Прикладами таких мереж готелів є Sheraton, Marriot, Rixos, Riu, Hilton, Hayatt та інші. Туристи з всього світу знають про рівень обслуговування, чистоти, свіжості продуктів і привітності персоналу. Тому безперечно в них не виникає сумніву, що готелі цих мереж мають найвищу якість у будь-якій країні. Власники міжнародних мереж розробили ефективні та високотехнологічні стандарти для постійної підтримки іміджу готелю.

Світовий досвід управління якістю був сконцентрований у пакеті міжнародних стандартів ISO:9000, прийнятих Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) 1 в березні 1987 р. Сертифікація системи якості лише рекомендується для готелів, що вже отримали категорію (п'ять зірок). Сертифікат відповідності видається на термін не більше п'яти років. Обов'язкову сертифікацію готельних послуг в Україні проводять лише підприємства державної форми власності, акредитовані як органи сертифікації готельних послуг в системі УкрСЕПРО [7].

У закладах готельного господарства повинна бути розроблена, документально оформлена, впроваджена, підтримуватися в робочому стані і постійно поліпшуватися система менеджменту якості відповідно до рекомендацій міжнародних стандартів ISO серії 9000:2007 і вимогами ISO 9001-2009 "Система управління якістю. Вимоги".

Однак найважливішим критерієм оцінки якості готельних послуг є ступінь задоволення клієнта, тобто відповідність отриманого і очікуваного сервісу. Показником задоволення клієнта є бажання повторно відвідати і порекомендувати готель і залучити у готель більше клієнтів серед знайомих і родичів. На жаль, в Україні далеко не всі готелі ставлять перед собою цілі піднятися на вищий рівень і тому часто виникають проблеми з чистотою в номерах, халатністю персоналу та недоброякісною продукцією. Тільки комплексний підхід в управлінні якістю допоможе підняти рівень українських готельних підприємств на новий рівень розвитку.

Системний підхід до управління якістю передбачає формування цільової підсистеми управління підприємством, що передбачає впорядковану сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів об'єкта виробництва, призначених для досягнення поставленої мети — створення умов для забезпечення необхідного рівня якості об'єкта виробництва при мінімальних витратах. Зовнішній контроль пов'язується з державними стандартами відображених у законодавчій, нормативно-технічній базі та міжнародних стандартах щодо діяльності у сфері готельного бізнесу, процесом реалізації стандартів у формі сертифікації, ліцензування, а також здійснюється недержавними профільними організаціями, союзами, асоціаціями, корпораціями, підприємствами, що співпрацюють з готелями у створенні готельного і туристичного продукту. Найбільший зовнішній контроль якості здійснюється споживачами готельних послуг.

Внутрішній контроль здійснюється адміністрацією готельного підприємства і пов'язується з управлінням якістю організації, встановленими стандартами обслуговування і технологічних процесів, матеріально-технічного забезпечення, загальним рівнем комфорту.

Зовнішній та внутрішній контроль якості послуг у готелях передбачає використання економічних, організаційних та соціально-психологічних методів. Економічні методи управління посідають найважливіше місце в системі методів менеджменту. Це зумовлене тим, то управлінські відносини визначаються насамперед економічними відносинами, в основу яких покладено об'єктивні потреби й інтереси людей. Визначення сукупності економічних важелів, за допомогою яких досягається ефект, що задовольняє вимоги колективу в цілому й кожного працівника зокрема є принциповим питанням для підприємств готельного бізнесу.

Для дослідження якості обслуговування було обрано три є три чотирихзіркові готелі м. Києва: готель У, готель Р, готель М. Відзначимо, що лише два з цих готелів пройшли державну сертифікацію, а саме готель У та готель Р.

Для оцінки ступеню задоволеності клієнтів якістю послуг було обрано метод анкетування, оскільки опитування туристів є досить ефективним й об'єктивним методом контролю якості.

У анкеті було наведено 10 запитань, які стосуються питань с безпеки, санітарно-гігієнічних умов та рівня обслуговування персоналом готелю. На кожне питання турист мав можливість обрати, запропоновану відповідь. Якщо його відповідь більш обширна, або не відповідає перерахованим — турист міг висловити свої скарги та пропозиції в полі "Примітки". Більш того, в анкеті запропоновано окреме поле для побажань гостей в наступний його візит.

Вопитуванні взяли участь 20 споживачів готельних послуг. Проаналізувавши результати опитування туристів в готелях У, готель Р та готель М (4*) можна зробити висновок, що готель Р та готель М відповідають категорії 4* на думку опитаних споживачів, а готель У не досить гарно облаштований і не дотягує до 4-х-зіркового готелю.

У готелі У споживачам готельних послуг подобається зручне місце розташування готелю прямо біля центральної вулиці Хрещатик та Майдану Незалежності, чистота та різноманітний вибір страв на сніданок. Приваблює також цінова політика готелю. Однак слабкими сторонами є застарілі меблі та текстиль в номерному фонді. Тому менеджменту готелю можна з легкістю обновили ремонт в номерах і це додасть їм більшу популярність серед споживачів та покращить якість обслуговування відповідно класифікації готелю. За даними опитуваних анкет 65% вважають, що готель не відповідає категорії 4*, та 35% опитуваних вважають, що відповідає 4* готелю (рис. 1).

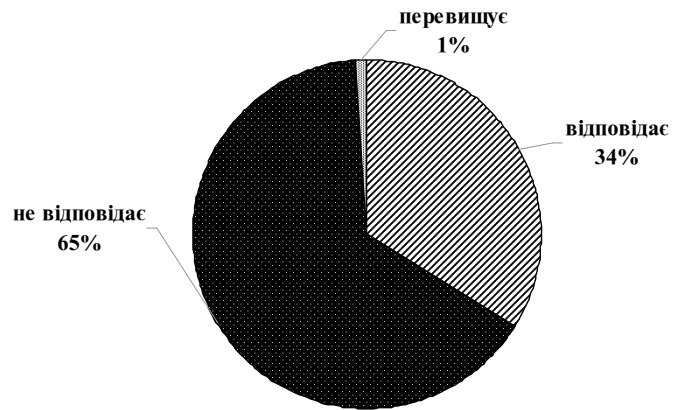


Рис. 1. Результати опитування відповідності категорії туристів готелю У.

Джерело: розроблено автором.

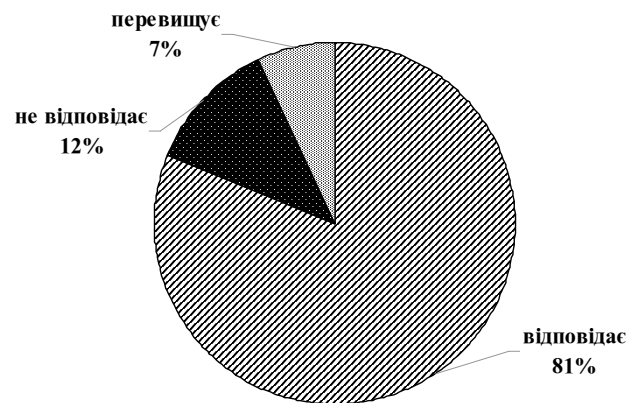


Рис. 2. Результати опитування відповідності категорії туристів готелю Р.

Джерело: розроблено автором.

Туристи готелю Р в своїх анкетах позитивно відгукалися про рівень сервісу та кваліфікований чуйний персонал. Чистота та стан номерного фонду готелю Р не викликало нарікань в опитуваних туристів. Виникли скарги на невеликий вибір страв на сніданок в даному готелі. Менеджменту слід приділити увагу послугі "room service" в номерах в період сніданку та урізноманітнити свою "шведську лінію" в ресторані. За даними опитуваних анкет 12% вважають, що готель не відповідає категорії 4*, та 81% опитуваних вважають, що відповідає 4* готелю. Більш того 7% туристів оцінюють готель на 5 зірок (рис. 2).

Бутік-готель М (4*) завжди користувався популярністю серед міжрегіональних та міжнародних туристів. Опитані споживачі вподобали в готелі його неповторний дизайн, центральне місце розташування, чистий та свіжий ремонт номерного фонду. Персонал швидко виконує всі побажання гостей готелю. За даними опитуваних анкет 1% вважають, що готель не відповідає категорії 4*, та 27% опитуваних вважають, що відповідає 4* готелю. Однак 72% туристів оцінюють готель на 5 зірок. Бутік-готель М (4*) однозначно відповідає категорії 4* (рис. 3).

Як свідчать результати опитування, встановлена категорія готелю не завжди показує справжній рівень якості обслуговування. Для власників готелю це своєрідний рекламний хід, щоб туристи вважали готель більш якісним. Однак для туриста "зірка готелю" не є знаком якості.

Ще одним дієвим методом оцінки якості готельних підприємств є оцінка та рейтинг відгуків реальних туристів на глобальних сайтах бронювання.

Сучасними сайтами, що надають повну та незалежну оцінку якості обслуговування готелів є:

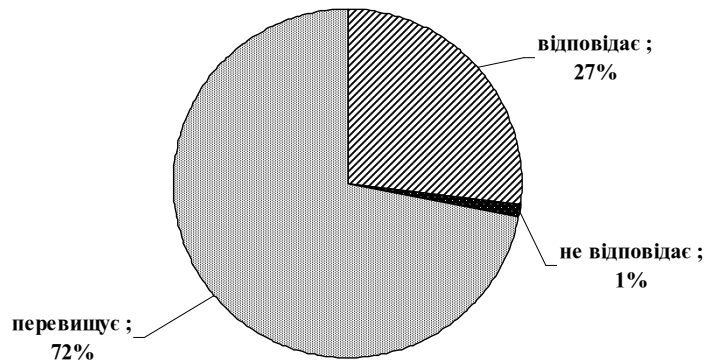


Рис 3. Результати опитування відповідності категорії туристів готелю М.

Джерело: розроблено автором.

1. Топхотелс — інформаційний рейтинг готелів, заснований на відгуках спеціалістів туристичного бізнесу, а також звичайних туристів.

2. Турправа — сервіс з публікаціями відгуків туристів, а також платформа спілкування людей та пошуку попутників.

3. Booking.com — система інтернет-бронювання житла. На вебсайті розміщено більше 28,616,893 об'єктів у 226 країнах і територіях. За добу бронюється 1,550,000 кімнат. Сервіс доступний на 43 мовах.

Відзначимо, що обрані готелі мають оцінку на сайті Booking.com, а саме:

1. Готель У — оцінка 7.9, "Добре";
2. Готель Р — оцінка 8.0, "Дуже добре";
3. Готель М — оцінка 9.4, "Чудово" [8].

Об'єктивна оцінка якості готельних послуг важлива як для індивідуальних клієнтів, так і для туристичних операторів, які формують на основі послуги розміщення комплексний туристичний продукт. При цьому перевага надається співпраці з міжнародними готельними ланцюгами готелів, в яких дотримуються високих стандартів обслуговування гостей та більш відповідально підходять до понять "чистота" та "сервіс".

Важливим кроком покращення якості готельного обслуговування є впровадження обов'язкової сертифікації безпеки та якості готелів.

На нашу думку, доречним є створення незалежної Ради з питань контролю якості обслуговування в готельних підприємствах та впровадження спеціального сертифікату, згідно якого кожен турист буде розуміти, що цей готель заслуговує на довіру. Також такий сертифікат може підтверджувати відповідність чи невідповідність заявленій категорії готелю.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз якості обслуговування обраних готельних підприємств Києва дозволяє зробити такі висновки:

— Якість надання послуг на готельних підприємствах повинна відповідати встановленим національним та внутрішнім стандартам.

— На сучасному етапі добровільно встановлена зірковість готелю є скоріше рекламним ходом підприємства, а не реальним відображенням рівня якості наданих послуг.

— Впровадження комплексного оцінювання якості готельних послуг, а саме використання внутрішніх та зовнішніх підходів дозволить найбільш повно оцінити якість обслуговування.

Література:

1. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги: ДСТУ 4268:2003. — 10 с.
2. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527:2006. — К.: Держспоживстандарт України, 2006. — 28 с.
3. Послуги туристичні. Класифікація готелів. ДСТУ 2369:2003.

4. Статистичний бюлетень Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. unwto_barometer_jan19_presentation_en [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www2.unwto.org>

6. Бондаренко Г.О. Менеджмент готелів і ресторанів. — М., 2006. — 150 с.

7. Управління якістю та елементи системи якості. Ч. 2. Настанови щодо послуг. ДСТУ ISO 9004 — 2 — 96

8. <https://www.booking.com>

9. Дослідження компанії JLL [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.jll.ua/>

10. Тарасюк Г. М. Розвиток вітчизняного туризму в контексті світових туристичних тенденцій / Г.М. Тарасюк, О.В. Мілінчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. — 2016. — Вип. 7. Ч. 3. — С. 127—131.

References:

1. Derzhspozhyvstandard (2003), "Touristic services. Accommodation facilities. General requirements: DSTU 4268: 2003", available at: http://hihostels.com.ua/sites/default/files/hostely/dstu_4268_2003_zasoby.doc (Accessed 20 Jan 2019).

2. Derzhspozhyvstandard (2006), "Touristic services. Accommodation facilities. Terms and definitions: DSTU 4527: 2006", available at: <https://hihostels.com.ua/sites/default/files/hostely/dstu4527.pdf> (Accessed 20 Jan 2019).

3. Derzhspozhyvstandard (2003), "Tourist services. Classification of hotels. DSTU 2369: 2003", available at: http://hihostels.com.ua/sites/default/files/hostely/dstu_42692003_poslугy_turystychn_klasyf_kac_ya.doc (Accessed 20 Jan 2019).

4. State Statistics Service of Ukraine (2018), "Statistical bulletin. Collective placement in Ukraine in 2017", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 20 Jan 2019).

5. World Tourism Organization (2019), available at: <http://www2.unwto.org> (Accessed 20 Jan 2019).

6. Bondarenko, G.O. (2006), Management of hotels and restaurants, Moscow, Russia.

7. Derzhspozhyvstandard (1996), "Quality management and elements of the quality system. Part 2. Service guidelines. DSTU ISO 9004-2", available at: http://document.ua/upravlinnja-jakistyu-ta-elementi-sistemi-jakosti_C2A0-chastin-std10615.html (Accessed 20 Jan 2019).

8. Booking.com (2019), available at: <https://www.booking.com> (Accessed 20 Jan 2019).

9. JLL (2019), available at: <http://www.jll.ua/> (Accessed 20 Jan 2019).

10. Tarasiuk, H.M. and Milinchuk, O.V. (2016), "The Development of Domestic Tourism in the Context of World Tourism Trends", Naukovyj visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu, vol. 7, part 3, pp. 127—131.

Стаття надійшла до редакції 13.02.2019 р.