

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

© Дубодєлова А.В., 2008

Проаналізовано методологічні аспекти функціонування системи управління якістю послуг на підприємстві готельного бізнесу. Розроблено пропозиції з формування структурних складових управління якістю готельних послуг на основі системного комплексного підходу.

Ключові слова: готель, послуга, якість, управління, стандартизація, сертифікація.

The methodological aspects of functioning of the system of quality management of services are analysed on the enterprise of hotel business. **Suggestions** are developed from forming of structural constituents of quality management of hotel services on the basis of systems complex approach.

Keywords: hotel, favor, quality, management, standardization, certification.

Постановка проблеми

У сучасних умовах функціонування та розвитку ринкового господарства визначальним у забезпеченні високого іміджу та конкурентного статусу вітчизняних підприємств є оптимальне співвідношення „ціна-якість” продуктів праці. При тому велике значення надається покращанню якості продуктів праці вітчизняних підприємств відповідно до міжнародних вимог і стандартів.

Особливу актуальність набуває проблема забезпечення відповідного рівня якості послуг підприємств індустрії гостинності за умови недостатнього досвіду її розвитку в Україні. Такі обставини вимагають перегляду засад управління на підприємствах готельного бізнесу з позицій розроблення, забезпечення, досягнення та систематичного підвищення рівня якості послуг і повноцінного їхнього споживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Узагальнення проведених досліджень методологічних підходів зарубіжних і вітчизняних авторів [1, 2, 3, 6, 7, 9] показало, що в теорії та на практиці розроблені, адаптовані й використовуються різноманітні моделі управління якістю послуг, які можна застосовувати у готельному господарстві з урахуванням особливостей технології обслуговування та специфіки готельних послуг як продукту праці. Як правило, методологічні підходи авторів обмежуються обґрунтуванням складу об'єктів управління якістю послуг [3, 6, 9], політики підприємств у галузі якості за етапами життєвого циклу послуги [7, 9], методів ефективного досягнення цілей [18], функцій стратегічного й тактичного керування [7], показників оцінювання та технології якісного обслуговування клієнтів на підприємствах готельного бізнесу [8, 10, 12] тощо. При тому відсутній методологічний підхід до моделювання системи управління якістю готельних послуг, що ґрунтується на принципах системності та комплексності.

Постановка цілей

На підставі результатів дослідження методологічних підходів до розроблення і практичних аспектів функціонування обґрунтувати основні складові елементи та сформувати структурно-функціональну модель системи управління якістю готельних послуг з визначенням її цілей і завдань, виокремленням суб'єктів, об'єктів, елементів, функцій і часових періодів управління.

Виклад основного матеріалу

Пріоритетного значення проблемам якості готельного обслуговування надають іноземні фахівці, які вважають їх основною складовою комерційного успіху підприємства на ринку послуг. Японські фахівці [1, с. 178–179] вважають, що якість готельного обслуговування визначається такими категоріями, як внутрішня якість, що виявляється в якості технології надання послуг, технічного обслуговування обладнання, роботи окремих підрозділів; матеріальна якість, що втілюється в дизайні приміщень, меблів тощо; нематеріальна якість, представлена у вигляді загального рівня комфорту, вірогідності реклами, музичного оформлення, тобто атмосфери обслуговування та естетичного задоволення; психологічна якість, що характеризується виявом гостинності, ввічливості, доброзичливості персоналу; тривалість обслуговування, тобто час очікування, оперативність і швидкість обслуговування.

За системним підходом американських фахівців [1, 3, 7] повна якість послуг у сфері готельного обслуговування розглядається як сукупність властивостей і характеристик, що викликають задоволення клієнтів, технічної, функціональної та етичної (соціальної) якості. Технічна якість готельних послуг визначається рішеннями у матеріальному забезпеченні гостинності, використовуваними „ноу-хау” в обслуговуванні клієнтів, машинною озброєністю праці, наявністю інформаційних технологій в управлінні готельним господарством. Функціональна якість оцінюється як здатність персоналу якісно виконувати свої обов’язки відповідно до стандартів обслуговування і втілює корисні властивості готельних послуг і характерні особливості процесу їх надання. Етична (соціальна) якість визначається конкретними показниками, враховуючи досвід функціонування підприємства, результати соціологічних і маркетингових досліджень, громадську думку, що стає підставою привабливості підприємства і його послуг серед споживачів.

Повна якість послуг створює сприятливий імідж готелю у наявних і потенційних клієнтів, що відображається в сприйнятті реальної технології обслуговування через порівняння з очікуваною.

У готельному бізнесі широко використовується п’ятиступенева модель якості обслуговування [6, 11], яка включає:

Ступінь 1. Очікування клієнтів і реакція керівництва. Останнє не завжди можна зрозуміти, що клієнт очікує від обслуговування, які ставляться вимоги до послуг високої якості. Для усунення такого положення пропонується регулярно проведення маркетингових досліджень і активне використання маркетингової інформаційної системи.

Ступінь 2. Сприйняття керівництва і специфікації якості обслуговування. Ця стадія наступає, коли менеджери знають вимоги клієнтів, але не бажають їх задовольнити. Ліквідувати проблеми цього ступеня допомагає активне використання маркетингу і творче мислення.

Ступінь 3. Спеціалізація якості надання послуг і обслуговування. Вона наступає, коли керівництво розуміє потреби клієнтів і відповідні специфікації якості, але співробітники не спроможні чи не бажають надавати такий рівень обслуговування. Помилки цієї стадії виявляються в процесі відносин співробітника та клієнта і мінімізуються через програми внутрішнього маркетингу.

Ступінь 4. Надання послуг та зовнішні зв’язки. Такий ступінь характеризується тим, що готель обіцяє більше в області зовнішніх зв’язків, ніж може забезпечити. Це негативно впливає на імідж готелю і вимагає надавати такі послуги, які обіцяні.

Ступінь 5. Очікування та сприйняття наданих послуг. Вони виникають за умови наявності розбіжності між очікуваним і реальним рівнем якості готельних послуг. Досягнення відповідності реальної якості очікуваній – головне завдання маркетингу-мікс гостинності.

У сучасному менеджменті якості [1, 3, 9] сформувалися універсальні моделі, що визначають основні елементи системи управління якістю послуг, які можна адаптувати до специфічних особливостей готельного господарства. Серед них розповсюджені моделі „П’ять М” Ф. Котлера і „Петля якості” Е. Демінга.

Модель управління „П’ять М” передбачає, що якість послуг досягається через ефективне управління усіма складовими обслуговування в готелі: персоналом (MEN), обладнанням (MACHINE), матеріалами (MATERIAL), методами (METHOD) і навколишнім середовищем, мікрокліматом (MILIEU).

„Петля якості” прийнята за основу в міжнародних стандартах ISO 9000-9004 і характеризує етапи життєвого циклу послуги, серед яких маркетинг, проектування послуги; матеріально-технічне забезпечення; підготовка розроблення технологічного процесу обслуговування; надання готельного продукту; контроль якості; реконструкція та експлуатація готельного фонду; інфраструктура готелю; технічна допомога в обслуговуванні; підвищення кваліфікації персоналу.

Зарубіжний і вітчизняний досвід свідчать, що управління якістю послуг – складний процес, який охоплює організаційний, економічний, соціальний напрями діяльності готельного підприємства. За системним підходом управління якістю готельних послуг – це сукупність взаємопов’язаних суб’єктів, об’єктів, принципів, методів і функцій управління, орієнтованих на розроблення та задоволення вимог до якості та зниження витрат на нього. В такий спосіб управління якістю готельних послуг означає забезпечення оптимального співвідношення його складових. При тому зусилля спрямовуються на досягнення пріоритетних цілей, серед яких – підвищення рівня якості, зниження операційних витрат, забезпечення оперативності обслуговування, отримання оптимального прибутку. З урахуванням останнього готелі починають розглядати питання прибутковості діяльності з позицій якості, конкурентоспроможності, ціни, тобто реального стану ринку готельних послуг. На підставі виконаних досліджень сформовано структурно-функціональну модель системи управління якістю готельних послуг (рисунок).

Система управління якістю послуг (СУЯП)							
Мета СУЯП							
Досягнення довготривалого успіху через покращання якості обслуговування клієнтів, зниження операційних витрат, отримання вигоди для усіх співробітників готелю та суспільства, враховуючи критерій прибутковості							
Завдання СУЯП							
Поліпшення економічного стану готелю	Розширення ринку збуту послуг	Досягнення міжнародного рівня надання послуг	Орієнтація на задоволення вимог ринкових сегментів	Освоєння нових послуг	Дотримання й покращання показників якості послуг	Розвиток сервісу	Моніторинг і попередження надання неякісних послуг
Об’єкти і суб’єкти СУЯП							
Персонал (MEN)	Обладнання (MACHINE)		Матеріали (MATERIAL)		Методи (METHOD)		Навколишнє середовище, мікроклімат (MILIEU)
Елементи СУЯП							
Добір кадрів Досвід Професійні навички Кваліфікація Навчання	Меблі Постільна білизна Посуд Килимові покриття тощо		Устаткування Прилади Інженерно-технічна система		Системи Організація Технологія Стиль керівництва Стандарти якості послуг і обслуговування		Імідж Економічний успіх Конкурентоспроможність Захист навколишнього середовища Умови праці
Функції СУЯП							
Планування	Організування	Мотивування	Моніторинг (облік)	Контролювання	Аналізування		
Часові періоди СУЯП							
Стратегічний			Поточний			Тактичний	

Структурно-функціональна модель системи управління якістю готельних послуг

Як бачимо з цього рисунка, суб’єкти і об’єкти СУЯП диференціюються за елементами, найголовнішим з яких є нормативне забезпечення якості послуг. Воно має містити міжнародні стандарти, документи Всесвітньої туристичної організації (ВТО), національні законодавчі акти та нормативні документи, міждержавні і внутрішні стандарти готельного підприємства.

Міжнародні стандарти ISO 9000 встановлюють єдиний, визнаний у всьому світі підхід до договірних умов щодо оцінювання системи якості та одночасно регламентації взаємовідносин між виробниками і споживачами готельних послуг. В усіх західних країнах багато готелів використовують низку концепцій менеджменту якості, серед яких: система якості (Quality Management System), загальне управління якістю (Total Quality Management), система забезпечення якості (Quality Assurance System), управління якістю (Quality Control), повне тотальне управління якістю та продуктивністю (Total Quality and Productivity Management), менеджмент системи якості (Quality System Management) тощо [7, с. 332].

Конкретні вимоги до забезпечення якості готельних послуг відображені в документах ВТО 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.

Система визначення рівня якості готельних послуг в Україні ґрунтується на стандарті ДСТУ-ISO 9002 з урахуванням вимог ДСТУ-ISO 9004-2, що зареєстровані в Мініюсті України 15.04.1999 р., та інших нормативних документах.

Система управління якістю готельних послуг повинна гарантувати клієнтові задоволення його запитів під час обслуговування в готелі, на усіх його етапах і у всіх ланках. Тому особливого значення набуває проблема розроблення та практичного застосування внутрішніх стандартів готельного підприємства, які визначають загальні складові якості надання готельних послуг (таблиця).

Характеристика складових якості готельних послуг

Складові якості послуг	Зміст складових якості послуг
Доступність (фізична і психологічна)	Контакт із співробітниками готелю повинен бути легким і приємним
Комунікації	Інформування клієнтів про послуги на зрозумілій мові, адаптованій до особливостей цільової групи
Компетентність	Наявність необхідних навиків і знань для надання послуги
Ввічливість	Увічливість, уважність, дружелюбність персоналу
Надійність	Стабільність роботи, необхідний рівень забезпечується завжди, прийняті зобов'язання виконуються
Довіра	Репутація фірми, її чесність, гарантії серйозного відношення до клієнтів
Відповідальність	Повна відповідальність усім запитам клієнтів
Безпека	Захист від ризику фізичного, фінансового, морального
Відчутність	Матеріальне підтвердження послуг – приміщення, персонал тощо
Розуміння клієнта	Уміння розуміти специфічні потреби клієнта та пристосовуватись до них

Висновки

Незважаючи на широкий спектр прийнятих законодавчих актів і нормативних матеріалів, пришвидшеного розвитку готельного бізнесу, якість обслуговування в більшості вітчизняних готелів залишається незадовільною, а ціни і тарифи наближаються до найвищого європейського рівня.

Поясненням цього є застарілість матеріально-технічної бази, брак коштів на її оновлення, недостатній склад і професійний рівень персоналу, відсутність стандартів обслуговування тощо. Ситуацію виходу на європейський ринок гальмує відсутність методологічного комплексного підходу до формування системи управління якістю готельних послуг і механізму регулювання тарифів в Україні.

Пропонована модель містить склад об'єктів, елементів, функцій і часових періодів управління якістю готельних послуг, що відповідає системному, комплексному підходу, і рекомендується до застосування на вітчизняних підприємствах гостинності.

Перспективи подальших досліджень

Розглянуті методологічні аспекти системи управління якістю готельних послуг потребують глибших досліджень, пов'язаних з визначенням сутності об'єктів, суб'єктів і функцій, розробленням відповідних методик їхнього виконання за змістом і часовими періодами керування, методів адаптації загальної моделі до специфічних особливостей функціонування готелів різних категорій, механізму тарифікації послуг з урахуванням співвідношення „ціна-якість”.

1. Агафонова Л.Т., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес. – К., 2002.
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К., 2001.
3. Котлер Ф. Гостеприимство и туризм. – М., 1998.
4. Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т.Т. Уніфіковані технології готельних послуг. – К., 2001.
5. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент. – К., 2003.
6. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. – СПб., 2000.
7. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. – К., 2005.
8. Соловьев Б.Л. Менеджмент гостеприимства. – М., 1999.
9. Ткаченко Т. Управление качеством гостиничных услуг // Гостиничный бизнес. – 2004. – №4. – С.24–27.
10. Федорченко В.Д. Туризм на пороге XXI века // Гостиничный бизнес. – 2000. – №9. – С.6–11.
11. Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. – М., 1999.
12. Шаповал М.І. Основи стандартизації управління якістю і сертифікації. – К., 2000.