

ВИСОКОЯКІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Кацемір Я.В.,

*к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов,
Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон, Україна,*

e-mail: kacemiryana@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2919-4032>

В умовах монополістичної конкуренції, боротьба за споживачів між підприємствами туристичної галузі стає все більш сильною. Головною конкурентною перевагою і відмінним параметром виступає рівень якості та культури обслуговування, який може забезпечити надійний ринок збуту для підприємств.

У сучасних умовах виробники не завжди приділяють значну увагу якості наданих послуг.

Дана проблема стосується і закладів сфери обслуговування. Невідповідність якості послуг призводить до погіршення економічного положення підприємства і галузі в цілому. Тому це питання необхідно розглядати як ключовий чинник підвищення конкурентоспроможності та економічного становища туристичної галузі.

Зазначена проблема неодноразово розглядалася такими вченими як Мунін Р. Б., Круль Р. Я., Лісник А. Н., Малицький В. В., Чернишов А. К., Моргулець О. Б. [1-4], особливо тих, які працюють в області менеджменту сфери послуг. Однак, вона і досі залишається не вирішеною, так як з плином часу з'являються нові фактори, які вимагають обов'язкового розв'язання.

На сьогодні для ефективного функціонування закладів туристичної сфери необхідно розглядати нецінові фактори [5]. У першу чергу, це стосується якості надання послуг, яка стала основою стратегії передових світових компаній.

Під якістю розуміють сукупність умов, що забезпечують замовнику при отриманні послуг максимальне задоволення потреб при мінімальних витратах часу [4]. Це – обов'язкова вимога не тільки для існування сервісного підприємства, але і для його розвитку та існування в конкурентному середовищі. Загалом, розуміння категорії якості послуг носить різноплановий характер і вченими інтерпретується по-різному [5-7].

Згідно позиції виробника і споживача в оцінці рівня якості послуг виділяють виробничий та споживчий підхід. Кожен з них має свої особливості, які вимагають комплексної оцінки ефективності застосування.

Існує п'ять найпоширеніших критеріїв, з допомогою яких споживачі оцінюють якість послуги [5-7]:

- надійність;
- безпека;
- доброзичливість;
- взаєморозуміння з покупцями;
- очевидність.

Дослідження показали [8], що за ступенем важливості перерахованих вище показників, на думку споживачів різних видів послуг, найбільш значущим є показник надійності – 32% опитаних осіб, доброзичливості – 22%, безпека – 19%, взаєморозуміння з покупцем – 16% і очевидність – 11%.



Рис. 1. Критерії оцінювання споживачами якості послуг

При визначенні показників якості, як правило, використовуються такі методи:

- вимірювальний;
- реєстраційний;
- розрахунковий;
- органолептичний;
- соціологічний;
- експертний.

Для забезпечення необхідної якості надання послуг використовують існуючі або розробляють нові системи контролю якості. Якщо підприємство має намір успішно функціонувати, то орієнтація на якість повинна стати найважливішою складовою його організаційної політики.

Для досягнення цілей в області якості керівник має створити структуру системи для ефективного управління.

Сервісна організація повинна визначати вимоги до внутрішньої перевірки якості виконання послуг, забезпечити необхідними засобами контролю (перевірки) і призначити спеціально навчених співробітників для її проведення.

Перевірка, у свою чергу, ґрунтується на контролі, оцінці та регулюванні процесів виконання послуг при проектуванні (моделюванні), виробництві та обслуговуванні споживача. Перевірка системи якості процесів надання послуг або результату послуги входить в обов'язки персоналу, відповідального за виконання робіт.

Відповідальність за належне виконання вимог, встановлених цим стандартом, і відповідні повноваження в організації роботи з якості повинні

бути покладені на представника керівництва незалежно від інших покладених на нього обов'язків.

- Сервісна організація зобов'язана:
- перевіряти і ідентифікувати послугу відповідно з документованими процедурами;
- встановлювати відповідність одягу певним вимогам з допомогою методів регулювання технологічних процесів і процесів управління;
- забезпечити самоконтроль персоналу, що надає послугу, як складову частину процесу контролю;
- забезпечити пріоритет споживача в оцінці якості послуг;
- запровадити практику регулярної оцінки ступеня задоволеності споживача послуг шляхом проведення соціологічних опитувань.

Порівняння оцінок споживача і виконавця послуги слід проводити постійно, щоб оцінити сумісність двох заходів якості і провести коригувальні дії, визначити, наскільки діяльність виконавця послуг відповідає вимогам споживача.

Таким чином, якість надання послуг на підприємствах туристичної галузі – це комплексний критерій оцінки ефективності їх роботи, який залежить від багатьох чинників і вимагає проведення досліджень з визначення особливостей його застосування та використання у туристичній сфері.

Список використаних джерел:

1. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
2. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
3. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. / за редакцією С.І. Дорогунцова. Київ: Ліра-К, 2005. 520 с.
4. Организация и управление гостиничным бизнесом / под. ред. А.Н. Лесника, И. В. Малицкого, А.К. Чернышева. Москва: 2005, 345 с.
5. Контроль якості послуг. URL: http://pidruchniki.com/15630712/menedzhment/kontrol_yakosti_poslug.
6. Оцінка якості послуг, що надаються URL: <http://rg-renta-group.ua/ukr/>
7. Про затвердження вимог до якості послуг, що надаються суб'єктами оціночної діяльності, та правил організації системи зовнішнього контролю якості. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0659-12>
8. Оцінки населення України якості надання послуг. URL: <http://dif.org.ua/ua/polls/>