

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯ

Ірина БІЛЕЦЬКА

ЄІ І ÒÐÎ ĒṖ ĀĀÍ Í Β ΒÊÎ ÑÒ² Í Î ÑĒÓĀ Í ²Āİ ÐÈª Ĩ ÑÒĀĀİ Ē
ÓÓÐĒÑÓŃUĒĒ -ÐĀĒÐĀĀÓ²ĒÍ Í ĀĒ ĒĒ Í Ē ĒĀĒĒÓ

Розглянуто основні методи оцінки якості надання послуг підприємствами туристсько-рекреаційного комплексу, виокремлено процес контролю якості обслуговування туристів.

The basic methods of estimation of quality of grant of services by the enterprises of tourist complex are considered, the process of control of quality of maintenance of tourists is selected.

Посилення конкуренції на ринку послуг, зокрема серед підприємств туристсько-рекреаційного комплексу, зумовлює необхідність підвищення рівня якості обслуговування туристів. Висока якість послуг, що надаються, – основа комерційного успіху, оскільки це сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства, задоволеності працівників своєю працею, лояльності споживачів і збільшенню прибутку. Однією з важливих умов створення якісного сервісу підприємств туристсько-рекреаційного комплексу є всебічний безперервний контроль на всіх етапах технологічного циклу обслуговування туристів.

Створення та функціонування системи якості підприємств сфери туризму в своїх працях досліджували українські та зарубіжні науковці: Т. І. Ткаченко [1], І. Ю. Швець, С. Ю. Цьохла [2], М. П. Мальська, В. В. Худо, Н. В. Чорненко, О. В. Решетняк [3], В. О. Квартальнов, С. С. Скобкин [4] та ін. Разом із цим, питання організації внутрішнього контролю забезпечення якості надання послуг потребують уточнення.

Мета статті – систематизація методів оцінки якості надання послуг та формування процесу контролю якості обслуговування туристів підприємствами туристсько-рекреаційного комплексу.

Необхідність кількісного вимірювання якості туристсько-рекреаційних послуг необхідна для:

- вибору найправильніших рішень щодо поліпшення якості;
- планування й прогнозування рівня якості, контролю якості;
- морального й матеріального стимулювання працівників за підвищення якості;
- забезпечення зростання конкурентоспроможності послуг й ін.

Слід виділити окремі групи осіб, які зацікавлені в тому, щоби процес оцінки якості послуг був регулярним та стандартизованим (рис. 1).

Оцінка споживачем якості обслуговування виявляється у формуванні в його свідомості чутливого образу відмінностей між очікуваним і фактично одержаним сервісом із подальшим переростанням цього образу (через сприйняття й оцінку істотних властивостей одержаного обслуговування) в емоційний настрій стосовно підприємства, що характеризується силою (рівнем) і напрямом. Сильний позитивний настрій – високий ступінь задоволеності, висока якість. Сильний негативний настрій – високий ступінь незадоволеності, низька якість. Кількісна характеристика цього настрою є оцінкою якості.

Керівництво підприємства оцінює якість роботи своїх співробітників. Така оцінка повинна проводитися з метою мотивації персоналу, виявлення зловживань, визначення лідерів із продажу, ротатії кадрів та ін.

Вищестоящі організації також зацікавлені в оцінці якості послуг, що надаються підконтрольними підприємствами. Наприклад, ДП ЗАТ "Укрпрофоздоровниця" проводить перевірку санаторіїв та пансіонатів, що належать до системи; контролює не лише фінансові показники діяльності, а й рівень якості обслуговування.

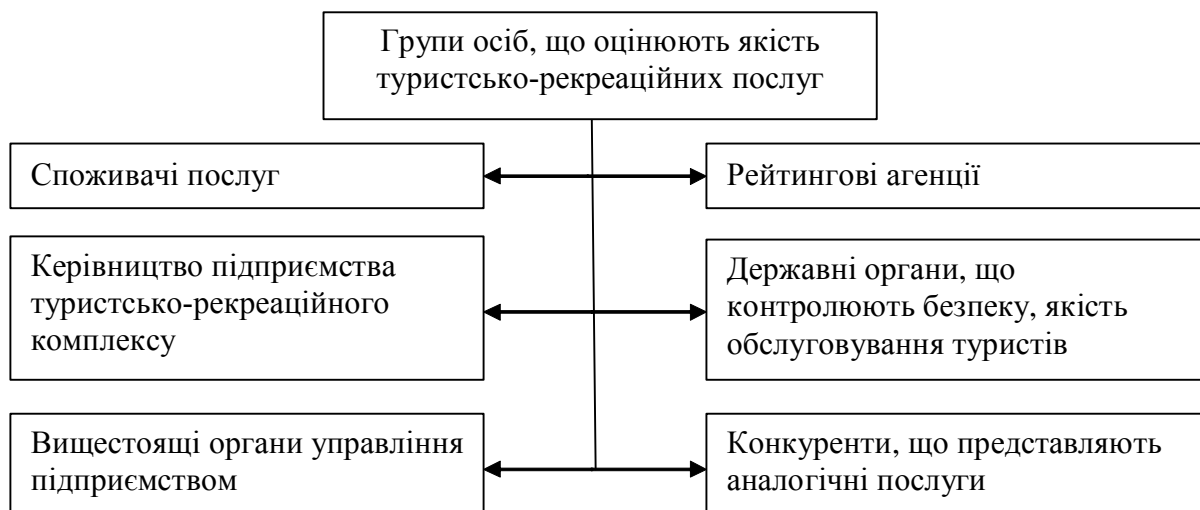


Рис. 1. Групи осіб, що оцінюють якість туристсько-рекреаційних послуг

Рейтингові агентства здійснюють дослідження ринків та виявлення загальних тенденцій.

Державні органи проводять обов'язкову сертифікацію об'єктів розміщення і харчування туристів (регіональні науково-виробничі центри стандартизації, метрології і сертифікації), контролюють якість і безпеку надання послуг (регіональні комітети у справах захисту прав споживачів, санітарно-епідеміологічна служба, Міністерство України з питань надзвичайних ситуацій у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи й ін.).

Конкуренти зацікавлені в оцінці якості послуг для того, щоб зіставити власну послугу з іншими аналогічними послугами.

Процес оцінки якості послуг підприємств туристсько-рекреаційного комплексу відповідає класичному уявленню про процес контролю. У своїй праці "Основи менеджменту" М. Х. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоурі процес контролю визначили у вигляді таких етапів: встановлення стандартів, порівняння з ними реальних результатів і проведення необхідних коректуючих заходів [5]. Процес оцінки якості послуг повинен також включати вибір системи показників якості вимірювання, тобто зіставлення з відомими величинами деякої шкали й отримання чисельних значень, оцінку одержаних результатів.

Вибір системи показників якості послуги залежить від політики підприємства, виду послуги, а також від тих особливостей, якими, на думку особи, що оцінює послугу, вона повинна володіти. Як загальні можна розглядати критерії, що характеризують специфічні властивості рекреаційних послуг:

- безпека – у процесі обслуговування клієнти повинні переживати почуття спокою і захищеності;
- швидкість – процес обслуговування повинен максимально скорочувати тривалість очікування;
- матеріальний комфорт – процес обслуговування повинен забезпечувати матеріальні зручності розміщення, відпочинку, харчування, розваг;

- моральний комфорт – навколишнє середовище, обслуговуючий персонал повинні приносити задоволення клієнту;

- повнота – відповідність фактично одержаного обслуговування замовленню і пропозиціям в каталозі (рекламі, прейскуранті);

- відповідність ціни і рівня обслуговування – якщо високий рівень обслуговування, що характеризується повнотою матеріального і фізичного комфорту був одержаний, то у клієнта виникне позитивне сприйняття якості обслуговування. Якщо ж ціни високі, а очікуваний рівень обслуговування не забезпечений, сприйняття супроводжується накопиченням негативних емоцій;

- стабільність – процес обслуговування повинен забезпечувати відчуття високої якості протягом всього часу надання послуг клієнту.

Відповідно до типології механізму залежного впливу [4] всі елементи процесу обслуговування поділяються на адитивні та мультиплікативні. До адитивних належать ті елементи обслуговування, які впливають на сприйняття гостем одержуваного обслуговування безпосередньо, й ефект від сприйняття

яких у свідомості гостя ніби підсумовується. Мультиплікативні – елементи обслуговування, що впливають на сприйняття гостем одержуваного обслуговування опосередковано, підсилюючи або ослаблюючи сприйняття деякої сукупності адитивних елементів.

Оцінки показників якості надання послуги можуть бути одержані такими методами:

- вимірвальний метод – передбачає використання технічних вимірвальних засобів (температура, рівень шуму);
- спостереження;
- математичні методи, засновані на застосуванні економіко-математичних моделей;
- соціологічний метод (збір і аналіз поглядів туристів за допомогою анкетування, опиту, інтерв'ювання, аналізу скарг і пропозицій та ін.);
- метод експертних оцінок, що припускає проведення оцінки обслуговування експертами – "контролерами якості".

Американські науковці Кедотт і Тержен запропонували типологію елементів обслуговування карти якості [3]. У ній виділені чотири групи елементів обслуговування залежно від їхньої дії на споживачів:

1. Критичні елементи обслуговування, що відображають мінімально достатній рівень вимог, прийнятний для споживачів (чистота приміщень, безпека їжі). Залежно від рівня досягнення мінімальних стандартів реакція споживачів на ці елементи може бути або негативною, або позитивною.

2. Нейтральні елементи обслуговування, які слабо впливають на ступінь задоволення споживачів і не справляють прямої дії на діяльність підприємства (колірна гама інтер'єру, колір уніформи персоналу й ін.)

3. Елементи обслуговування, що не є обов'язковим елементом обслуговування, але приносять задоволення споживачам при їх отриманні (безкоштовні напої, квіти). Якщо ж вони відсутні, то жодної реакції немає.

4. Елементи обслуговування, які приносять розчарування. Подібні елементи у разі їх відсутності або неправильної реалізації викликають у клієнтів негативну реакцію. Якщо ж вони реалізовані належним чином, то жодної реакції немає.

Ці характеристики оцінюються за єдиною для даного елемента шкалою. Недоліком цієї типології є виділення і розгляд окремих елементів обслуговування без їхнього взаємозв'язку і взаємовпливу.

Професор Токийського університету Йоджі Акао запропонував здійснювати комплексну оцінку якості послуги на підставі побудови моделі "Будинок якості" [4]. Основними елементами моделі є: матриця структури сприйняття елементів обслуговування – "стіна будиночка якості". "Будиночок" є прямокутною таблицею $n \times m$. Кожний з n її стовпців відповідає певному елементу обслуговування; кожна з m її рядків відповідає одній з істотних властивостей, відчуття від яких формують у гостя сприйняття одержуваного обслуговування. Елемент матриці V_{ij} , що лежить на перетині i -го стовпця та j -й рядка, характеризує в балах за певною шкалою силу (зі знаком "+" або "-") відчуття j -го властивості при сприйнятті i -го елемента обслуговування. Стелею "кімнати будиночка" є рядок структури сприйняття якості обслуговування за елементами процесу обслуговування. Продовження цього рядка – "стеля веранди будиночка" – зведені оцінки якості обслуговування. Справа наводяться оцінки персоналу, керівництва і гостя.

Ця модель дає змогу оцінити одночасно думку споживачів щодо пропонованої послуги, технічні характеристики, оцінити конкурентів та встановити взаємозв'язки між виявленими показниками.

Для системної оцінки якості послуг підприємств туристсько-рекреаційного комплексу необхідно також використовувати інтегральні показники, які дозволяють відображати в комплексі всі аспекти послуги, що надається. При розрахунку таких показників якості послуг виникає проблема відбору показників, що включаються в інтегральний показник, а також зі складністю оцінки впливу кожного одиничного показника на комплексний результат. З метою стандартизації показників використовують метод побудови радара якості.

На підставі одержаних оцінок вживаються заходи з коректування процесів обслуговування, залучення до дисциплінарної відповідальності осіб, що допустили неякісне обслуговування; підтримки досягнутого рівня якості; розробляються заходи щодо поліпшення якості послуги; заохочення персоналу за високі показники якості обслуговування.

Таким чином, для вибору найправильніших рішень щодо поліпшення якості послуг підприємств туристсько-рекреаційного комплексу, планування та прогнозування рівня якості, контролю якості; морального й матеріального стимулювання працівників за підвищення якості обслуговування проводиться кількісне вимірювання якості туристсько-рекреаційних послуг.

Розроблений процес контролю якості включає дії суб'єктів контролю щодо встановлення показників оцінки якості обслуговування туристів, визначення методів одержання оцінок, оцінювання рівня якості послуг та прийняття рішень за результатами вимірювання. Це дасть змогу забезпечити високу якість рекреаційного сервісу та зростання конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Ткаченко Т. І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монограф.* / Т. І. Ткаченко. – [2-ге вид., випр. та доповн.]. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
2. Цьохла С. Ю. *Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення): [монографія.]* / С. Ю. Цьохла – Сімферополь: Таврія, 2008. – 352 с.
3. Решетняк О. *Сучасні методи управління підприємством сфери послуг* / Олена Решетняк. – Х.: Фактор, 2008. – 544 с.
4. Кобяк М. В. *Управление качеством в гостинице: [учеб. пособ.]* / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин. – М.: Магистр, 2009. – 511 с.
5. Мескон М. Х. *Основы менеджмента, 3-е изд.* / Мескон М. Х., Альберт М., Хедори Ф.; пер. с англ. – М.: ООО "И. Д. Вильямс", 2008. – 672 с.