

4.13 Управління конкурентоздатністю готельного продукту через впровадження послуг гід-конференсьє

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей економіки, в XXI ст. набуває швидкого розвитку в Україні. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною умовою її активного і успішного просування є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм є важливою складовою економіки багатьох держав, регіонів, перетворився на вирішальний фактор стабільного розвитку світової індустрії гостинності [338].

Сучасний стан і тенденції розвитку готельної індустрії України можна охарактеризувати наступними положеннями [339, 340]:

1. На тлі загальносвітових показників та тенденцій даної сфери бізнес діяльності, стан готельного господарства нашої країни виглядає досить скромно.
2. Основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам, вимагає модернізації, яка потребує значних інвестицій.
3. Висококомфортабельні готелі, введені в експлуатацію за участю іноземних компаній дозволили істотно скоротити дефіцит готелів високого класу для багатой клієнтури. Водночас цінові параметри розміщення клієнтів в українських готелях преміум-класу порівняні з аналогічними послугами в найбільших столицях світу.

Вже декілька років туристичний бізнес в Україні є одним з найефективніших засобів підняття рівня національної економіки. Ця сфера конче важлива, оскільки забезпечує надходження значних обсягів валютних коштів та створення нових робочих місць. Розвиток галузей туризму та рекреації значною мірою залежатиме від ефективності державної та регіональних програм підтримки. Однією з найголовніших тенденцій інноваційного розвитку індустрії гостинності в нашій країні є присутність всесвітньо відомих готельних операторів (насамперед мережевих), які знаходять наш туристичний ринок вигідним і перспективним. Міжнародні інвестори будують готелі, які надають

відпочиваючим можливість користуватися послугами вищого рівня та світових стандартів.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що сучасний розвиток готельного бізнесу базується на системі менеджменту, яка забезпечує надання якісних послуг клієнтам.

Сьогодні на готельному ринку України існує питання низької конкурентоздатності готельних послуг. Вона формується рівнем ціни та якістю послуг. Надання готельних послуг є результатом діяльності будь-якого підприємства гостинності, із застосуванням визначених технологій обслуговування гостей.

Необхідний рівень якості обслуговування потребує упорядкованої оцінки характеристик послуг та порівняння отриманих результатів із встановленими вимогами (параметрами) [347]. Зазвичай існує два підходи до визначення якості обслуговування: перший полягає в оцінюванні корисних властивостей і характерних особливостей надання послуг, які призводять до задоволення попиту споживачів. Інформація щодо точного уявлення про особливості та властивості наданих послуг, які задовольняють споживачів, є засобом вимірювання рівня якості. Другий підхід показує відсутність недоліків у процесі обслуговування, що визначає ступінь задоволеності попиту споживачів. Відсутність недоліків – головний шлях досягнення високого рівня якості.

Основні чинники якості готельного продукту, які у сукупності впливають на рівень задоволеності потреб та очікувань споживачів і забезпечують популярність та імідж і конкурентоздатність готельного продукту зображено на рис. 1.

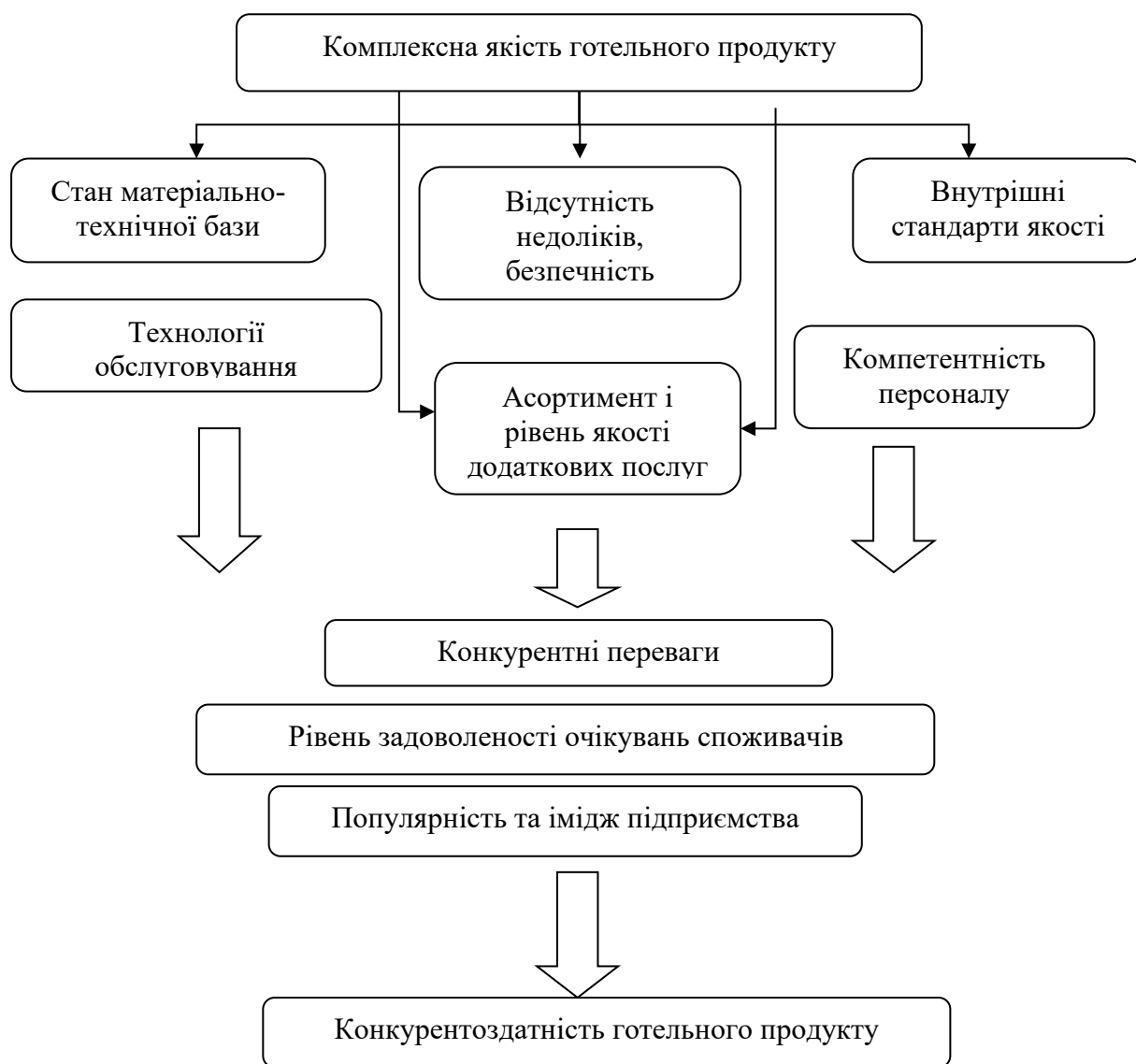


Рис. 1. Основні складові конкурентоздатності готельного продукту[348-349]

Однією з них є супроводження туристів професійними гідом, які здатні найкращим чином ознайомити туристів з культурою, історією, особливими звичаями та традиціями, місцевими стравами і т.д. Саме фахівці здатні зробити час, проведений в будь-якому місті, незабутнім, цікавим і неймовірно корисним для загального розвитку. З іншого боку, недостатній рівень професіоналізму, загальної культури та такту гідів в змозі зіпсувати враження від відпочинку або туристичної поїздки.

На сьогоднішній день, гід – це більш комплексне поняття, ніж екскурсовод. Екскурсовод водить туристів по конкретному об'єкту (наприклад, музею,

національному парку, історичному комплексу і т.д.). Тобто можна сказати, що екскурсовод є вузькоспеціалізованим фахівцем, а гід – більш широко профільним. Проте, різниця між вищезазначеними термінами носять здебільшого умовний характер, а в багатьох мовах існує єдине слово (guide, наприклад) для позначення обох професій [341].

Сутність професії екскурсовод полягає у тому, що екскурсії проводить людина зі спеціальною освітою. Групи проходять по найцікавішим та найвизначнішим місцям певного міста, району чи регіону, виставках, експозиціях, музеях, заповідних територіях, пам'ятках архітектури, парках та інших пам'ятках. Екскурсовод може супроводжувати туристів у турах в автобусах, автомобілях, водному або на інших видах транспорту. Екскурсовод самостійно розробляє тематику екскурсій, маршрути її проведення, готує зміст матеріалу, складає тексти промов, використовує історико-архівні джерела, наукові дані, сучасну інформацію, оновлює свої власні методичні розробки, готує інформацію спеціального характеру до доступної форми представлення. Також екскурсовод обов'язково має володіти методами підготовки і проведення екскурсійних турів, порядок їхнього проведення й надання послуг туристам різної національної приналежності.

Гід або інструктор з туризму – це робітник зі спеціальною освітою, в обов'язки якого входить супровід туристів, екскурсантів і гостей міста, а також ознайомлення цих людей з пам'ятками і визначними місцями [342].

Родинні та суміжні професії гіда – екскурсовод, музейний працівник, культуролог, гід-перекладач, гід-лектор, гід-конференсьє.

Історична та культурна спадщина є одним з основних об'єктів туристичної привабливості багатьох міст. Гіди-конференсьє відіграють провідну роль у забезпеченні представленні та презентації цієї спадщини.

Гід-конференсьє забезпечує екскурсії (конференції, освітні заходи) національною або іноземною мовою у відкритому або закритому просторі. Це культурний посередник, який проводить візити, конференції на територіях та місцях історичної та культурної спадщини, в процесі розвитку її історії. Він сам

планує та здійснює живі посередницькі заходи в галузі знань, призначених для громадськості на територіях та в оточенні пам'ятних місць.

Це робота, яка потребує значних знань території (політичного, соціального, культурного, художнього, туристичного), а також конкретних знань, таких як майстерність комунікаційних технологій. Вона має реляційні якості і потребує навиків педагогіки. З великою доступністю, гарною здатністю адаптуватися до очікувань відвідувачів, гід-конферансє вільно говорить на одній або декількох іноземних мовах. Його діяльність може відрізнятися залежно від типу аудиторії (індивідуальна, група, школа, дорослі, інваліди). Також до спеціалізації гід-конферанс'є входять такі послуги як: індивідуальні та групові екскурсії; зустріч туристів в аеропорті та на вокзал; трансфер; бронювання квитків; супроводження на ділових зустрічах, конференціях; супроводження на виставках та у музеях; оформлення оренди автомобілю та надання послуг водія; усний та письмовий переклад.

Групи вітчизняних або іноземних туристів, які зупинилися в будь-якому готелі зможуть користуватись послугами гід-конферансє. Більшість відвідувачів, які приїжджають до України у справах бізнесу, не мають багато вільного часу, але так само як і звичайні туристи прагнуть побачити якомога більше пам'яток. Індивідуальних гідів зазвичай шукають люди, які цінують свою незалежність і хочуть отримати персональний підхід з урахуванням їх власних побажань до турів та екскурсій. Тобто ті, хто хоче отримати індивідуальне ставлення і в той же час бути впевненим у високій кваліфікації гіда і його відповідальності.

Гід-конферанс'є може як проводити оглядові екскурсії по різних історичних і культурних місцях, так і має офіційне право на проведення екскурсій в музеях. Також важливо те, що в усі музеї гід-конферанс'є має право проводити туристів поза загальною чергою.

Гід-конферансє спланує екскурсійну програму якомога раціонально. Наприклад, у Львові, працюють близько сорока музеїв. Найпопулярніші серед туристів: Львівський історичний музей, другий за розмірами історичний музей

України, Національний музей, Львівська галерея мистецтв.

Увагою туристів також користуються такі пам'ятки як «Шевченківський гай», Аптека-музей, «Арсенал», Палац Потоцьких та інші. У місті Лева достатньо розгалужена мережа галузевих музейних закладів, найбільш цікавими з яких вважаються музеї пошти, пива, друкарського мистецтва, скла, релігії тощо. Також існує значна кількість меморіальних будинків-музеїв, в яких перебували видатні мешканці Львова [343-345].

За наведеним прикладом, у багатьох видатних містах України задля ґрунтовного ознайомлення приїжджаючих (туристів та осіб, які знаходяться з діловими цілями) з усім різноманіттям історико-культурних і пізнавальних пам'яток раціональне впровадження інноваційної послуги гіда-конферанс'є у готельно-ресторанному комплексі (таблиця 1).

Слід зазначити, що в Україні доцільно унормувати професію гіда-конферанс'є та його послуги. У цьому контексті заслуговує на увагу досвід Франції, де професія гід-конферанс'є регулюється статтею L. 221-1 кодексу туризму, який зобов'язує проводити лекції в музеях та історичних пам'ятках, в рамках послуги, яка надається туристичним оператором та дає право туристам користуватися послугами кваліфікованих спеціалістів (власникам підтвердженням чого є наявність професійної картки). Видання цієї професійної картки підлягає умовам, встановленим статтями P.222-1. Власники картки професійного гіда-конферанс'є повинні володіти іноземною мовою (принаймні підтверджений рівень C1, регіональною мовою Франції або французькою мовою жестів [346].

Таблиця 1.

Перелік послуг гіда-конферанс'є у готельно-ресторанному комплексі

Послуга	Характеристика
1.Індивідуальні екскурсії	Проведення спеціальних екскурсій готельним гідом-конферанс'є до будь-яких історичних, культурних чи розважальних пам'яток та закладів міста. Проводяться для 1...4-х осіб

Продовження табл. 1

2.Групові екскурсії	Екскурсії від 4х чоловік. Як і індивідуальні, проводяться за заздалегідь оговореним маршрутом та з урахуванням всіх побажань групи.
3.Супроводження на ділових зустрічах, конференціях	Гід-конферансьє може супроводжувати вітчизняних ділових туристів та іноземних туристів в якості перекладача на ділових зустрічах, конференціях.
4.Супроводження на виставках та у музеях	Послуги супроводжуючого гіда по історико-культурних та розважальних заходах. Переваги супроводу гіда-конферансьє – це непотрібність послуг музейних гідів та проходження без черг.
5. Оренда автомобілю	Гід-конферансьє допоможе швидко та вигідно отримати автотранспорт у власне користування мешканцю готельно-ресторанного комплексу.
6.Усний переклад	Гід-конферансьє надає послуги усного перекладу для іноземних туристів.
7.Письмовий переклад	Письмовий переклад документації для ділових туристів.
6. Бронювання квитків	Бронювання квитків на транспорт, замовлення квитків у театр, кіно, на виставки і т.д, замовлення місць у ресторані.
8. Трансфер з послугами водія-екскурсовода	Зустріч туристів в аеропорті та на вокзал. Гостей зустрічає машина в указаному місці та доставляє до та від готелю та протягом поїздки надається екскурсійна інформація.
9. Show Round по готелю	Презентація (екскурсія) по готелю та структурних підрозділах (ресторан, конференц-зали, фітнес, СПА тощо) для партнерів або гостей готелю.

Професійна картка гіда-конферансьє, відповідно до кодексу туризму, видається :

- власникам ліцензії професійного екскурсовода;
- власникам національного диплома магістра, який підтвердив під час навчання (або після цього) три підрозділи додаткової освіти, передбачені указом від 9 листопада 2011 року, згадані вище;
- власникам диплома, який надає ступінь магістра, що має принаймні один

рік професійного досвіду, накопиченого протягом останніх п'яти років в усній формі роботи.

Щодо статусу гід-конферансьє, то вони беруть участь у соціально-культурній анімації усіх туристичних напрямків.

Гід-конферансьє може працювати як самостійний працівник або як працівник (постійний, строковий, сезонний, незалежний або самостійний), що належить до різних структур (туристичних агентств, туристичних офісів, туристичних операторів).

Вирішальним фактором успішної діяльності підприємства гостинності на ринку є політика підвищення якості послуг гостинності.

У практиці управління якістю готельних послуг потрібно виділити декілька етапів[350]: по-перше, прийняття рішень щодо переліку готельних та ресторанних послуг, що надаються або будуть надаватися; по-друге, перевірка готовності готелю і ресторану до надання цих послуг та перевірка плану по персоналу; по-третє, аналіз процесу надання готельних та ресторанних послуг; по-четверте, визначення ключових чинників успіху, проаналізувавши попит та конкуренцію; у п'ятих, визначення основних напрямів інноваційної діяльності, якщо у цьому є потреба; по-шосте, усунення недоліків у роботі готелю та ресторану; по-сьоме, порівняння досягнутих параметрів робіт з установленими стандартами; по-восьме, розроблення довгострокових чи стратегічних планів у сфері гостинності. Отже, підсумкова оцінка якості послуги складається наприкінці процесу надання і виражається в одержанні індивідуальної вигоди. Виходячи із суб'єктивного досвіду, судження споживача про якість послуг формується із спостережень і підтверджується за допомогою аналізу та оцінки поведінки безпосередніх партнерів у процесі взаємодії.

Обов'язковою умовою ефективної діяльності вітчизняних закладів готельно-ресторанного господарства є розроблення системи якісного обслуговування. Важливим інструментом у боротьбі за конкурентоспроможне становище на ринку готельних послуг є саме якість цих послуг. Власне послуга є цілеспрямованою діяльністю закладу готельно-ресторанного господарства,

результатом якої є задоволення потреб споживачів не тільки на базовому рівні (фізіологічні потреби), а й потреби вищого рівня. До таких послуг й можливо віднести саме послуги, які надаються гідом-конферансьє. Невід'ємним складником функціонування готелів та ресторанів є комплексність під час оцінки наданих послуг. Проблема незадоволеності послугами готельних та ресторанних закладів призводить до втрати бажаної частки ринку, а також реальних та потенційних споживачів. Саме тому важливо точно та своєчасно виявляти бажання й очікування своїх цільових споживачів. Тому пропонуємо провести комплексне оцінювання якості готельного продукту бізнес-готелю з урахуванням інноваційної послуги гід-конферансьє.

Формування показників для оцінки якості обслуговування у готелі та ресторані є досить складним процесом, бо вони не піддаються безпосередньому виміру, саме через свою комплексність, а отже, підлягають диференціації. За рахунок демонстраційного типу виконання процесу обслуговування у ресторані або готелі можливо досягти найвищого рівня якості. 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 [348, 351].

Комплексне оцінювання якості готельного продукту та оцінювання його конкурентних переваг характеризується узагальненими показниками. Вони визначаються комплексним методом. Для визначення узагальненого показника якості потрібно відокремити конкретні властивості, які істотно змінюються [352].

Об'єктами оцінювання якості готельного сервісу є як матеріально-технічна база, так й нематеріальні активи. В контексті управління нематеріальними активами організації вражень властивий інноваційний трансформуючий характер, адже враження і задоволення формуються особистим досвідом

споживача готельного продукту можуть бути вивчені шляхом сприйняття бренду через відгуки референтних груп, соціуму в цілому.

Використання сучасних методів оцінки якості послуг дозволяє продемонструвати і науково обґрунтувати на прямих окремих гостьових циклах, що необхідно для забезпечення системи управління якістю в готелів умовах високого рівня конкуренції. По-перше, наочна візуалізація виявляє "вузькі місця" у процесі надання послуг, що поєднують суб'єктивні та об'єктивні складові. По-друге, формується цілісна (комплексна) методологія оцінювання, яка повинна забезпечувати гнучку зміну маркетингової політики готелю в залежності від змін структури якості запропонованого готельного продукту. Таким чином, ієрархічні результативні показники характеризують новий образ системи якості готельного підприємства. По-третє, перенасичені інформацією бізнес-процеси спричиняють суб'єктивізм в оцінюванні традиційними методами, а й, значить, не дозволяє готелям ефективно оцінювати якість послуг через отримані результати. Запропоноване управління інформаційними потоками дозволяє сформувати позитивну корпоративну репутацію бізнес-готелю. З вищезначеного випливає, що створення системи оцінювання якості через ієрархічну структуру якості запропонованого готельного продукту є важливим завданням і метою менеджменту готелю. Подальші дослідження потребують поглиблення з точки зору впливу якісних компонентів діяльності готелю на формування його репутації. Використовуючи класифікацію властивостей, складено ієрархічну структуру властивостей готельного продукту бізнес-готелю зображену на рис. 2.



Рис. 2. Ієрархічна структура якості запропонованого готельного продукту у бізнес-готелі

Сучасні умови господарювання потребують креативних аналітичних підходів, що дозволяють здійснити об'єктивне оцінювання та визначити напрями прийняття обґрунтованих управлінських рішень з управління якістю конкретного бізнес-готелю.

Така структура властивостей дозволяє обґрунтувати персоніфікацію готельних послуг, наданих бізнес-клієнтам, поглибити концептуалізацію та спеціалізацію якісних компонентів діяльності бізнес-готелю. Основною метою розвитку готельного бізнесу має стати пошук нових шляхів, що зможуть забезпечити прогрес галузі у глобальному просторі на довготривалу перспективу, а не лише на короткостроковий період.

Основною проблемою, з якою стикається щороку велика кількість туристів бізнес-класу, є якість туристичних та готельних послуг. Бізнесменів не влаштовують сервіс готелів, матеріально-технічна база (невідповідність готелю заявлених категорій), проблеми з трансфером, перекладом, оформленням документів тощо. Через постійне зростання вимогливості клієнтів до якості обслуговування стратегією будь-якого підприємства цієї сфери бізнесу залишається забезпечення клієнтів набором послуг відповідної якості.

Подальші дослідження передбачають використання всіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності бізнес-готелів України шляхом упровадження позитивного закордонного досвіду розвитку підприємств сфери гостинності.