

УДК 640.41(075.8)

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-34

СИМАКОВА О. О., НИКОЛАЙЧУК О. А.,
СЛАЩЕВА А. В., ПОПОВА С. Ю., ПОПОВА В. В.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті проводиться аналіз доступності підприємств готельно-ресторанного господарства для інвалідів та маломобільних груп населення, а також опитування серед співробітників підприємств готельно-ресторанного господарства. Досліджені механізми створення доступного середовища на підприємствах сервісу. Створення доступного середовища здатне вплинути на якість послуг, що надаються для всіх категорій споживачів сфери сервісу. В результаті підвищиться лояльність клієнтів і збільшаться доходи підприємства.

Ключові слова: вдосконалення сервісу, доступна середа, особи з обмеженими можливостями здоров'я, підприємства готельно-ресторанного господарства, лояльність клієнтів.

SIMAKOVA O., NIKOLAICHUK O.,
SLASHCHEVA A., POPOVA S., POPOVA V.

Mykhailo Tuhan-Baranovsky Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih

PROBLEMS OF IMPROVING THE ORGANIZATION OF SERVICE IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

The purpose of the study – Identification of problems in creating an accessible environment in the hospitality industry. The study highlights the difficulties in the implementation of inclusive technologies in the functioning of restaurants and hotels, which continue to exist despite the relevance of this issue. One of the most important problems is the incompetence of staff in the specifics of caring for people with disabilities. The study analyzed the availability of hospitality facilities for people with reduced mobility. Also, the level of knowledge and disability awareness of the employees in this service sector was determined using a survey. As a result, it was revealed that social infrastructure facilities have partial accessibility for people with disabilities. It was also found that the adjacent territories and entrances to buildings, paths of movement inside the premises, designated areas, and sanitary facilities do not meet the criteria for accessibility. A survey of employees of the hotel and restaurant complex revealed their lack of qualifications to provide service to people with disabilities. The study also showed that difficulties are caused not only by the lack of appropriate equipment but also by a psychological barrier on the part of the staff. Thus, society in general, and employees in service enterprises, in particular, are not fully ready for communication with people with disabilities. Creating an accessible environment, in turn, can affect the quality of services provided to all categories of customers in the service sector. As a result, customer loyalty and, consequently, business profits will increase.

Keywords: service improvement, accessible environment, people with disabilities, hospitality industry, customer loyalty.

Постановка проблеми. В даний час головною конкурентною перевагою в готельно-ресторанному бізнесі є якісний сервіс. Споживачів приваблює, в першу чергу, сервісне обслуговування, і вони готові платити за нього, так як задоволення, яке отримує в процесі споживання послуги, важливіше, ніж ціна. В умовах конкурентного середовища висококласний сервіс стає більш ефективним інструментом підвищення обсягів продажів, ніж маркетинг. Якісне обслуговування клієнтів стає чинником виживання компанії в довгостроковій перспективі [1]. Водночас, одним з актуальних напрямків є впровадження інклюзивних технологій в сферу послуг. Поняття «інклюзивний» означає залучення кого-небудь в якесь явище.

В Україні майже третина населення країни (близько 30 %) відноситься до категорії осіб з обмеженими можливостями здоров'я (далі – особи з ОМЗ) [2]. Інвалід – це «особа, яка має порушення здоров'я зі стійким розладом функцій організму, обумовлене захворюваннями, наслідками травм або дефектами, що призводить до обмеження життєдіяльності та викликає необхідність її соціального захисту». Дана група є споживачами сервісних послуг і здатна збільшити доходи підприємств гостинності. Удосконалення системи сервісного обслуговування, що задовольняє запити споживачів, в тому числі з ОМЗ, є актуальним напрямком розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В даний час існує велика кількість наукових робіт і публікацій щодо вдосконалення рівня сервісу на підприємствах готельно-ресторанного господарства (ГРГ). Проблеми присвятили увагу наступні дослідники: Ільницька-Гикавчук Г. Я. [1], Назаренко І. А. [3], Краснопецева І. В., Муравйова Д. М. [4], Ключова Ю. С. [5] та ін.

Система сервісного обслуговування передбачає надання широкого спектра додаткових послуг, привабливих для споживача і супроводжуючих основну послугу. Роль додаткових послуг полягає в передбаченні потреб клієнтів і забезпеченні такого рівня обслуговування, за яке вони готові платити.

В цілому, поняття «сервіс» можна визначити як вид професійної діяльності, який би забезпечував задоволення потреб в обслуговуванні [5]. Глибоке розуміння потреб клієнтів має для них особливу цінність. Сама ж націленість на таке розуміння є в даний час елементом ринкової орієнтації компанії.

Виходячи з розуміння сервісу як виду діяльності, спрямованого на підвищення ступеня задоволеності споживачів, можна сформулювати поняття інклюзивного сервісу як комплексу додаткових послуг, які

надають основним послугам особливу привабливість для споживача, в тому числі для осіб з ОМЗ. Для цього потрібне спеціальне обладнання. Перелік нормативних документів, які містять вимоги щодо формування доступного середовища, достатньо широкий і включає Закон України № 876-ХІІ «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» від 21.03.1991 р. (із внесеними змінами від 20.01.2018 р.) та інші документи.

Адаптація підприємств готельно-ресторанному бізнесу для маломобільних груп населення дозволить підвищити якість сервісу, репутацію закладу і введе його на новий соціальний рівень.

Створення системи інклюзивного сервісу в готельних комплексах включає наступні етапи (рис. 1):

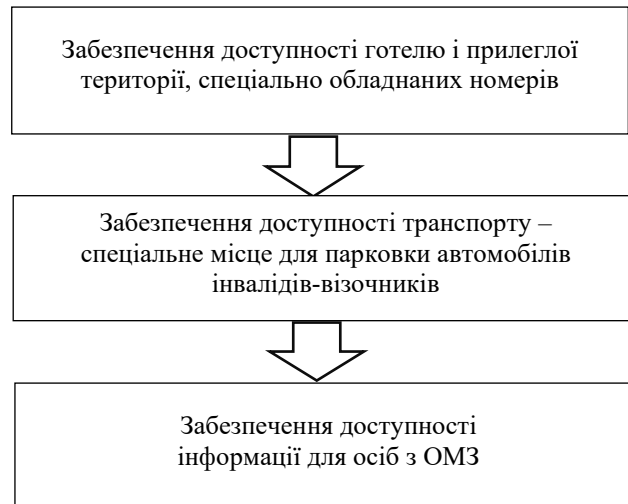


Рис. 1. Основні етапи створення системи інклюзивного сервісу в готельних комплексах

На першому етапі, під час забезпечення доступності готелю і прилеглої території, повинні бути передбачені спеціальні доріжки для інвалідів-візочників, ширина яких становить від 1,5 м і більше, а ухил – 4–6 см на погонний метр. Вхід в готель повинен бути обладнаний пандусом шириною 1–1,1 м з кутом нахилу не більше 30–35 градусів [6]. Площа готельного номера для осіб з ОМЗ повинна становити не менше 28 м². У такому номері повністю відсутні пороги. Ширина дверних прорізів становить не менше 0,9 м. У номері встановлюється спеціальне обладнання для переходу з інвалідного візка на ліжко. Санвузол також повинен бути обладнаний спеціальними поручнями і кнопкою виклику покоївки [6]. На другому етапі створюються паркувальні місця для автомобілів інвалідів. На третьому етапі забезпечується доступність візуальної, звукової, тактильної інформації. Перераховані рекомендації до створення системи інклюзивної сервісу в готелях, за винятком рекомендацій з обладнання номера, можуть бути використані і для ресторанів.

Мега статті – виявлення проблем в створенні доступного середовища на підприємствах готельно-ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на актуальність даного питання, існують проблеми з впровадженням інклюзивних технологій на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Більшість закладів не мають адаптованої до потреб маломобільних груп населення інфраструктури. Також при проектуванні елементів доступного середовища залишаються неврахованими деякі аспекти, які в подальшому можуть вплинути на функціонування закладу в загальному. Однією з найважливіших проблем є некомпетентність персоналу в специфіці обслуговування інвалідів.

З метою оцінки доступності для інвалідів та маломобільних груп населення (далі – МГН) об'єктів готельно-ресторанного господарства Кривого Рогу була проведена оцінка доступності готелю, бару і піцерії з використанням методичних рекомендацій з питань забезпечення доступності для інвалідів послуг і об'єктів [6]. Дані наведені у таблиці 1. В цілому, можна зробити висновок, що досліджувані об'єкти мають обмежену доступність для інвалідів та МГН.

Результати проведеного дослідження показують, що прилеглі території та входи в будівлі, шляхи руху всередині будівлі, зони цільового призначення і санітарно-побутові кімнати не відповідають вимогам доступності. Також можемо відзначити, що у всіх обстежуваних закладах одні і ті ж порушення. Потрібна значна доробка об'єктів для підвищення рівня інклюзивного сервісу.

В рамках дослідження проведено опитування персоналу готелів і ресторанів м. Кривий Ріг. У дослідженні взяли участь 100 респондентів, які працюють в індустрії гостинності. При опитуванні співробітників виявлено, що з ними не проводили інструктаж щодо специфіки обслуговування інвалідів та МГН, і це є основною проблемою під час створення доступного середовища. Не володіють навичками спілкування з людьми, які не мають слуху, 66 % опитаних (див. рис. 2).

На питання: чи часто відвідують ваш готель люди з обмеженими можливостями, – 26 % опитаних відповіли, що не відвідують зовсім, а 63 % респондентів відповіли «рідко відвідують», тобто всього лише кілька разів на рік. У той же час дана група є споживачами сервісних послуг і здатна збільшити доходи від основної діяльності підприємств гостинності [7, 8].

Таблиця 1

Результати обстеження доступності об'єктів	
Об'єкт дослідження	Виявлені порушення
Території, прилеглі до будівель	– під'їзд до будівель утруднений; – відсутні стоянки для автомобілів інвалідів-візочників; – відсутні знаки доступності
Входи в будівлі	– відсутні турнікети, пристосовані для інвалідів-візочників; – не дотримано вимог до зовнішніх дверей
Внутрішня інфраструктура будівель	– відсутні тактильні попереджають покажчики перед поворотами; – відсутні огороження під нависаючими елементами; – висота порогів або перепад висоти перевищує допустиме значення; – не дотримано вимог до конструктивних елементів і пристроїв всередині будівлі
Зони цільового призначення	– відсутня необхідна кількість місць для обслуговування інвалідів; – не дотримано вимог щодо мінімальної відстані місць для інвалідів від евакуаційних входів; – відсутні інформаційні позначення
Санітарні кімнати	– відсутнє спеціальне обладнання та системи тривожної сигналізації; – не дотримано вимог до розміщення раковин, дзеркал, поручнів і відкидних сидінь

Чи володієте ви навичками спілкування з людьми, які мають проблеми зі слухом?

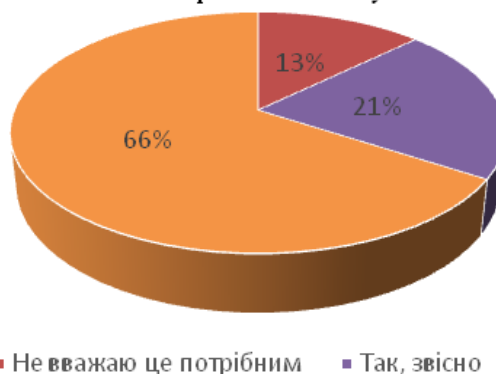


Рис 2. Володіння навичками спілкування з людьми, які мають проблеми зі слухом

Крім відсутності доступного середовища, на підприємствах ГРГ відсутні розважальні заходи для людей з обмеженими здібностями (рис. 3). На рис. 4 представлено розподіл відповідей на питання про використання особами з ОМЗ кнопки виклику.

Чи проводиться в вашому готелі/ресторані будь-які розважальні заходи для людей з обмеженими можливостями, в яких ви приймаєте безпосередню участь?



Рис. 3. Проведення заходів для осіб з обмеженими можливостями здоров'я

Чи часто бувають такі випадки, коли люди з обмеженими можливостями використовують кнопку виклику співробітника?

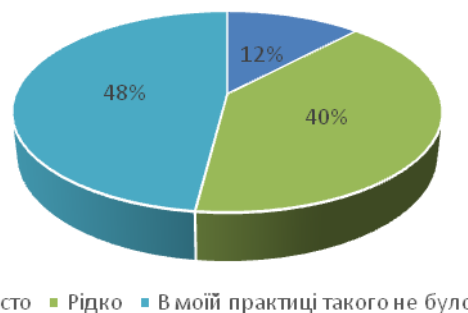


Рис. 4. Частота використання кнопки виклику співробітників

Всього лише 12 % респондентів відповіли, що гості користувалися даною кнопкою, а 88 % не стикалися на практиці з такою ситуацією або стикалися рідко. Це свідчить про те, що на даних підприємствах відсутній потік клієнтів з ОВЗ. В цілому, проблеми в створенні доступного середовища на підприємствах ГРГ носять технічний і соціально-психологічний характер:

1) досліджувані об'єкти ГРК мають часткові елементи доступності. Прилеглі території і входи в будівлі, шляхи руху всередині будівлі, зони цільового призначення і санітарно-побутові кімнати не відповідають вимогам доступності;

2) результати дослідження свідчать про недостатню підготовку співробітників до надання послуг особам з ОМЗ. До цих пір в суспільстві в цілому і на підприємствах сервісу зокрема персонал не готовий до контактів з особами з ОМЗ. І рішення цієї проблеми є основним завданням [6, 7].

Виходячи з отриманих результатів, необхідно вдосконалювати механізми створення доступного середовища на підприємствах сервісу. Створення доступного середовища, в свою чергу, здатне вплинути на якість послуг, що надаються для всіх категорій споживачів сфери сервісу. Заклади з доступним середовищем здатні обслужити більшу кількість клієнтів, тим самим отримати більший прибуток.

Шляхи вирішення проблем вдосконалення сервісу на підприємствах ГРГ:

1. Доопрацювання об'єктів ГРГ для забезпечення їх доступності для інвалідів та МГН. Доопрацювання потрібно як прилеглим до будівель територіям, так і внутрішнім приміщенням.

2. Підвищення кваліфікації працівників підприємств ГРГ – проведення тренінгів та майстер-класів по роботі з особами з обмеженими можливостями здоров'я.

3. Розробка і впровадження інструктажу для працівників готельно-ресторанних комплексів, який підвищить їх професійну компетентність з необхідної комунікації з особами з ОМЗ.

4. Включення в освітні програми вищої та середньої професійної освіти за напрямками «Готельне справа», «Сервіс» і «Туризм» дисципліни «Особливості організації обслуговування осіб з ОМЗ».

5. Поширення інформації про підприємства ГРГ з доступним середовищем в засобах масової інформації та з використанням інтернет-технологій.

6. Проведення спеціальних розважальних заходів для осіб з обмеженими можливостями здоров'я в готельно-ресторанних комплексах – тематичних свят, екскурсійних програм, творчих майстер-класів.

В результаті реалізації даних заходів підвищиться рівень сервісу в готельно-ресторанному бізнесі, що в свою чергу, відіб'ється на лояльності клієнтів. Лояльність виражається в готовності постійно користуватися товарами або послугами певної компанії. Таким чином, лояльність клієнтів готельно-ресторанних комплексів проявляється в тому, що вони пред'являють стабільний попит до послуг готелю чи ресторану.

Для оцінки рівня сервісу на підприємствах ГРГ може бути використаний індекс лояльності клієнтів (NPS – англ. Net Promoter Score) [9]. Цей показник відображає готовність споживачів повторно користуватися послугами компанії. Для вимірювання індексу лояльності необхідно провести опитування клієнтів, попросивши їх оцінити готовність рекомендувати послуги компанії своїм знайомим і друзям за десятибальною шкалою, де 10 балів відповідає високій готовності рекомендувати послугу, а 0 балів – відсутності такої готовності. Після опитування та обробки результатів необхідно розрахувати кількість прихильників компанії, готових дати рекомендації на 9–10 балів. Ті клієнти, які ставляться нейтрально до послуг компанії, готові рекомендувати послуги за шкалою на 7–8 балів. Критичні налаштовані споживачі – це клієнти, які оцінюють свою готовність дати рекомендації на шість балів і нижче. Тоді індекс лояльності клієнтів можна розрахувати наступним чином:

$$NPS = D_s - D_c, \quad (1)$$

де NPS – індекс лояльності клієнтів; D_s – частка прихильників компанії, %; D_c – частка критично налаштованих споживачів, %.

Чим вище показник NPS , тим вище лояльність клієнтів по відношенню до даної компанії. Висока лояльність клієнтів характеризується показником, рівним 70–85 %.

Висновки. Таким чином, результати проведеного дослідження показали, що об'єкти ГРГ мають часткові елементи доступності. Опитування співробітників готельно-ресторанних комплексів виявив їх недостатню підготовку до надання послуг особам з ОМЗ. Виходячи з цього, необхідно вдосконалювати механізми створення доступного середовища на підприємствах сервісу. У статті розроблені шляхи вирішення проблем вдосконалення сервісу в готельно-ресторанних комплексах.

Удосконалення організації обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного господарства за рахунок створення доступного середовища і підвищення рівня підготовки персоналу сприятиме збільшенню потоку клієнтів, в тому числі з обмеженими можливостями здоров'я, підвищить лояльність клієнтів і збільшить доходи підприємств гостинності.

Література

1. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Стан та перспективи розвитку готельного господарства Львівської області / Г. Я. Ільницька-Гикавчук // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2020. – № 1. – С. 39–42.
2. Simakova O. Examining a possibility of using purple amaranth in the technology for products made of yeast dough / Yu. Korenets, T. Yudina, I. Nazarenko, Iu. Goriainova // Eastern European Journal of Enterprise technologies: Technology and equipment of food production. – 2018. – Vol. 2, № 11 (92). – P. 57–64.
3. Назаренко І. А. Сучасні тенденції розвитку Спа-готелів України та визначення їх ролі у структурі Спа-індустрії / І. А. Назаренко, О. О. Сімакова, О. А. Боднарчук // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2018. – Том 1, № 5. – С. 73–77.
4. Краснопевцева И. В. Основные направления повышения качества услуг, предоставляемых предприятиями сферы сервиса / И. В. Краснопевцева, Д. Н. Муравьева // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – № 12–1. – С. 22–27.
5. Ключева Ю. С. Проблемы совершенствования сервиса на предприятиях гостинично-ресторанного комплекса / Ю. С. Ключева // Вопросы управления. – 2019. – № 03 (58). – С. 236–241.

6. Методичні рекомендації щодо впровадження принципів універсального дизайну від 06.08.2015 / Управління містобудування та архітектури Дніпропетровської облдержадміністрації. – Офіц. вид. – Д. : Дніпроп. облдержадм., 2015. – 77 с. – (Бібліотека офіційних видань).
7. Диха М. В. Здоров'я людини як базова складова людського потенціалу в системі досягнення цілей сталого розвитку України / М. В. Диха // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2020. – № 1. – С. 20–25.
8. Калініна С. П. Розвиток соціальної політики України в контексті активізації підтримки осіб з інвалідністю / С. П. Калініна // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2020. – № 1. – С. 43–46.
9. Nikolenko P.G. Theoretical aspects of buyer loyalty / P.G. Nikolenko, V.A. Bocharov, Yu.S. Klyueva, R.M. Bukvić // 15th International Multidisciplinary Scientific Conference Eurobrand. – Zrenjanin. – 2017. – С. 23–25.

References

1. Ilynska-Hykavchuk H. Ya. Stan ta perspektyvy rozvytku hotelnoho gospodarstva Lvivskoi oblasti / H. Ya. Ilynska-Hykavchuk // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2020. – № 1. – С. 39–42.
2. Simakova O. Examining a possibility of using purple amaranth in the technology for products made of yeast dough / Yu. Korenets, T. Yudina, I. Nazarenko, Iu. Goriainova // Eastern European Journal of Enterprise technologies: Technology and equipment of food production. – 2018. – Vol. 2, № 11 (92). – R. 57–64.
3. Nazarenko I. A. Cuchasni tendentsii rozvytku Spa-hoteliv Ukrainy ta vyznachennia yikh roli u strukturі Spa-industrii / I. A. Nazarenko, O. O. Simakova, O. A. Bodnaruk // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2018. – Tom 1, № 5. – С. 73–77.
4. Krasnopenceva I. V. Osnovnye napravleniya povysheniya kachestva uslug, predostavlyaemykh predpriyatiyami sfery servisa / I. V. Krasnopenceva, D. N. Muraveva // Novaya nauka: Sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya. – 2016. – № 12–1. – С. 22–27.
5. Klyueva Yu.S. Problemy sovershenstvovaniya servisa na predpriyatiyah gostinichno-restorannogo kompleksa / Yu.S. Klyueva // Voprosy upravleniya. – 2019. – № 03 (58). – С. 236–241.
6. Metodychni rekomendatsii shchodo vprovadzhenня prynstypiv unіversalnoho dyzainu vid 06.08.2015 / Upravlinnia mistobuduvannya ta arkhitektury Dnipropetrovskoi oblderzhadministratsii. – Ofits. vyd. – D. : Dniprop. oblderzhadm., 2015. – 77 s. – (Biblioteka ofitsiinykh vydan).
7. Dykha M. V. Zdorovia liudyny yak bazova skladova liudskoho potentsialu v systemi dosiahnennia tsilei staloho rozvytku Ukrainy / M. V. Dykha // Herald of Khmelnytskyi national University. – 2020. – № 1. – С. 20–25.
8. Kalinina S. P. Rozvytok sotsialnoi polityky Ukrainy v konteksti aktyvizatsii pidtrymky osib z invalidnistiu / S. P. Kalinina // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2020. – № 1. – С. 43–46.
9. Nikolenko P.G. Theoretical aspects of buyer loyalty / P.G. Nikolenko, V.A. Bocharov, Yu.S. Klyueva, R.M. Bukvić // 15th International Multidisciplinary Scientific Conference Eurobrand. – Zrenjanin. – 2017. – С. 23–25.

Надійшла / Paper received : 27.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 30.09.2020