

2008 гг. Проанализированы тенденции миграционных изменений международных мигрантов в Украине и за границей. Определено тенденции денежных переводов граждан Украины, которые работают в других странах.

Ключевые слова: человеческий капитал, моделирование, народонаселение, миграция, рынок труда.

Galkiv L.I. Statistical evaluation of migration processes in Ukraine

Investigated the dynamics of migration processes in Ukraine, the volume and structure, highlighted its main stages, causes, problems, generalized impact on human capital. Defined the balance of migration is certain in Ukraine in 1990-2008. The tendencies of migratory changes of international migrants in Ukraine and abroad are analysed. The tendencies of money orders of citizens of Ukraine, which work in other countries, are certain.

Keywords: human capital, modeling, population, migration, labor market.

УДК 330.123.7

Доц. І.І. Олексин, канд. екон. наук – Львівська КА

ІНТЕГРАЦІЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ТА ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянуто стратегії управління продуктивністю та якістю обслуговування у сфері готельного господарства. Проаналізовано процес стандартизації та запропоновано компоненти якості обслуговування в готельному підприємстві. Встановлено, що комбінація стандартизованого продукту та індивідуалізованих додаткових послуг здатна забезпечити сервісній компанії можливість отримання переваг внаслідок підвищення якості системи надання послуг та підвищення привабливості її пропозиції для конкретного ринку. Це здійснюється з метою посилення конкурентної позиції компанії на місцевому ринку та отримання низки конкурентних переваг.

Ключові слова: готельне господарство, готельна послуга, інтеграція, обслуговування, підприємство, продуктивність, сервіс, стратегія, стандартизація, управління, ефективність, якість.

Вступ. В умовах ринкової економіки України особливе місце належить трансформаційним процесам у сфері управління обслуговуванням у підприємстві готельного господарства. Визначити продуктивність у сервісній сфері особливо складно, оскільки більшість послуг мають нематеріальний характер та скеровані на споживача, що призводить до неможливості вимірювання виходу продукту готельного підприємства, тобто результату операційної діяльності. Саме це зумовлює потребу інтеграції стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування в готельному підприємстві.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Сьогодні розвиток готельного господарства набуває дедалі більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних науковців та спеціалістів країни. Теоретичним підґрунтям розвитку менеджменту готельного підприємства та підвищення конкурентоспроможності готелів можуть слугувати праці вчених світової економічної науки – К. Класне, р. Рассела, К. Крисмана та Дж. Хескетта та інші. Окремі теоретичні і методичні аспекти підприємницької стратегії готельного господарства викладено у працях С.І. Байлика, М.І. Кабушкіна, Е.В. Майдебурга, В.І. Мацоли та інших. Теоретичні, методичні та низка методичних проблем інтеграції стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування в готельному комплексі, обґрунтування їхньої ефективності по суті залиша-

ються не розробленими, не узагальнений і досвід підприємницької стратегії управління готельним господарством в Україні. Отже, обмеженість теоретичних досліджень і відсутність узагальнень практичного досвіду зумовили актуальність проблематики, висвітленої у дослідженні.

Постановка завдання. *Метою дослідження* є аналіз інтеграції стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування в готельному комплексі.

Викладання основного матеріалу. Класне К., Рассел Р. та Крисман К. розмежують такі поняття як результативність, ефективність та продуктивність [1]. Такий показник, як ефективність, вважають вони, ґрунтується на порівнянні результатів діяльності фірми з визначеним, зазвичай, погодинним стандартом. Продуктивність – це коефіцієнт, що відтворює співвідношення витрачених ресурсів та результатів операційної діяльності фірми. Результативність полягає на тому, наскільки фірма змогла виконати намічені цілі.

Основною проблемою під час оцінювання продуктивності в готельному бізнесі залишається змінність або неоднорідність послуг. Як зазначав Дж. Хескетт, за традиційного підходу до вимірювання продуктивності у сфері послуг неоднорідність якості обслуговування та цінності послуг, зазвичай, не враховують [2]. Проблема всіх традиційних підходів до оцінювання продуктивності в сфері послуг полягає в тому, що вони першочергово орієнтовані насамперед на обсяг виходу продукції та як другорядний розглядають загальний результат сервісного процесу. Проте варто враховувати, що готельне підприємство, котре постійно та тривалий час забезпечує високий рівень обслуговування та задовільний для споживача результат, у підсумку досягає моменту, коли має право встановити вищу ціну на свій продукт. З огляду на підвищену увагу до результатів діяльності готельного підприємства та його ефективності такий результат, як продуктивність повинен розглядатися тільки сукупно з аспектами якості та цінності готельної послуги. Головним оцінювачем росту продуктивності в сфері готельного бізнесу повинен бути споживач. Вважаємо за доцільне для аналізу та порівняння продуктивності у готельному підприємстві застосовувати такі показники:

- прибутковість одного клієнта;
- вартість номерного фонду, що використовується для обслуговування одного клієнта;
- акціонерний капітал, що використовується для обслуговування одного клієнта.

До набуття готельної послуги споживачі очікують від неї конкретного якісного рівня. Ці очікування базуються на індивідуальних потребах та минулому досвіді споживачів, на досвіді та рекомендаціях інших споживачів та співробітників готелю, а також на рекламних матеріалах, які готельне підприємство поширює під час маркетингових комунікацій. Після набуття та споживання послуги споживачі порівнюють свої сподівання від якості обслуговування з тим, що вони отримали.

Діяльність на глобальному рівні вимагає від готельного підприємства пропозиції:

- стандартного основного продукту, який характеризується мінімумом адаптації на новому ринку;
- індивідуалізованої додаткової послуги;
- високого рівня якості надання послуг та сервісного обслуговування

Для зменшення змінності послуг готельні підприємства, що тривалий час працюють у сфері послуг, розробляють та намагаються дотримуватись міжнародних стандартів обслуговування. Стандартизація готельних послуг як технологічний процес має свої межі, готелям варто визначати ступінь її доцільності з урахуванням таких елементів (рис. 1):

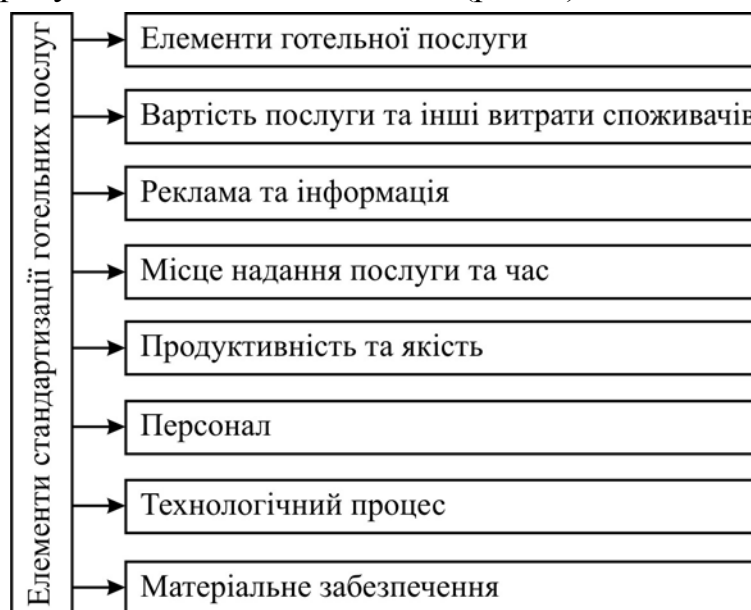


Рис. 1. Основні елементи процесу стандартизації готельних послуг

- *елементи готельної послуги.* У готельних підприємствах постійно зростає тенденція до стандартизації основної послуги, при цьому додаткові послуги адаптуються відповідно до місцевих потреб;
- *вартість послуги та інші витрати споживачів.* Фінансова ціна послуги змінюється залежно від регіону, в якому її надають, відтворюючи різницю в місцевих витратах та податках;
- *реклама та інформація.* Невизначеність, в основі якої є нематеріальність готельних послуг, повинна компенсуватися за рахунок створення сильної марки, тобто формування упізнання готельного підприємства та впевненості споживача в його гостинності;
- *місце та час надання послуги.* Стратегія надання готельних послуг залежить від типу технологічного процесу;
- *продуктивність та якість.* Чим більше стратегічний успіх залежить від стабільності цих двох показників у різних регіонах, тим більше зусиль повинно бути скеровано на досягнення глобальних цілей та загальних стандартів;
- *персонал.* У кадровій політиці готельного підприємства особливу увагу варто приділяти найму, підготовці, мотивації та моделюванню персоналу. Основним завданням у цьому випадку є можливість корпоративної культури готелю існувати на місцевій національній культурі та не призводити до етнічних конфліктів або дискомфорту серед службовців та клієнтів;
- *технологічний процес.* Варто враховувати рівень розвитку інфраструктури та ступінь підготовленості споживачів до отримання готельної послуги;

- *матеріальне забезпечення.* Зовнішній вигляд та архітектурний дизайн готельного підприємства має тенденцію до стандартизації. Проте варто зазначити, що така стандартизація не обов'язкова та не завжди надається для ефективної реалізації транснаціональної стратегії. У готельному бізнесі клієнти не завжди позитивно сприймають – монопольний, незмінний фасад та інтер'єр приміщень. Проте знайома уніформа персоналу готелів – один із ефективних способів допомогти клієнтові впевнитися у вірному виборі надавача послуги.

Отже, захист стандарту обслуговування – це запровадження системи контролю якості. Поняття якості послуг на міжнародному ринку трактується по-різному. Існує 5 основних підходів до визначення цього терміна:

1. Трансцендентальний підхід. Поняття якості ототожнюється з поняттям довершеності та високих стандартів.

2. Підхід, що ґрунтується на продукті. Цей підхід розглядає якість як конкретну та вимірювальну змінну. Відповідно до цього підходу, розходження в якості виникають внаслідок відмінностей в кількості складників або характеристик послуги. Оскільки цей підхід абсолютно об'єктивний, він не може врахувати різницю в потребах та перевагах конкретних клієнтів.

3. Підхід, що ґрунтується на визначенні споживачів. Якість оцінюють на підставі думки клієнта. Таке визначення якості ототожнюється з максимальним задоволенням потреби отримувача. Цей підхід суб'єктивний, орієнтований на попит та враховує, що різні споживачі мають різні потреби та запити.

4. Виробничий підхід. Головними критеріями в цьому випадку є: матеріально-технічна база, особливості технологічного процесу надання готельної послуги та практичні методи виконання окремих операцій. Особливу увагу приділяють дотриманню внутрішніх стандартів та специфікацій, прийнятих в готельному підприємстві, які визначають з урахуванням потреб готелю в підвищенні продуктивності та скороченні витрат.

5. Підхід, який ґрунтується на визначенні цінності. Відповідно до цього підходу, якість визначається як співвідношення цінності та вартості готельної послуги. Враховуючи оптимальний баланс між продуктивністю та вартістю, якість визначають як "максимальне удосконалення послуги, яку може собі дозволити готельне підприємство".

Враховуючи зазначене вище для готельних послуг рекомендуємо такі компоненти якості, які є основою для аналізу та стратегічного планування діяльності готельного підприємства (рис. 2). На основі цих компонентів проводять соціальні опитування та тестування за бальною шкалою.

Висновки. Отже, комбінація глобально стандартизованого основного продукту та індивідуалізованих з урахуванням конкретних потреб клієнтів додаткових послуг здатна забезпечити сервісній компанії можливість отримання переваг внаслідок підвищення якості системи надання послуг та підвищення привабливості її пропозиції для конкретного ринку. Це здійснюється з метою посилення конкурентної позиції компанії на місцевому ринку та отримання низки конкурентних переваг.

Викладене у цій роботі має методологічне та практичне значення і є перспективним для подальших наукових розроблень у галузі розвитку сфери готельного господарства.



Рис. 2. Компоненти оцінки якості готельного обслуговування

Література

1. **Kenneth J. Klassen.** Efficiency and Productivity Measures for High Contact Services / Kenneth J. Klassen, Randolph M. Russell, Jams J. Chrisman // *Service Industries Journal*, October 2008. – P. 1-18.

2. **James L. Heskett.** Managing in the Service Economy / James L. Heskett. – New York : The Free Press, 2006. – 234 p.

Олэксин И.И. Интеграция стратегий управления производительностью и качеством обслуживания в гостиничном предприятии

Рассмотрены стратегии управления производительностью и качеством обслуживания в сфере гостиничного хозяйства. Проанализирован процесс стандартизации и предложены компоненты качества обслуживания в гостиничном предприятии. Установлено, что комбинация стандартизированного продукта и индивидуализируемой дополнительной услуги способна обеспечить сервисной компании возможность получения преимуществ в результате повышения качества системы предоставления услуги и повышения привлекательности ее предложения для конкретного рынка. Это осуществляется с целью усиления конкурентной позиции компании на местном рынке и получения ряда конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, гостиничная услуга, интеграция, обслуживание, предприятие, производительность, сервис, стратегия, стандартизация, управление, эффективность, качество.

Oleksyn I.I. Integration of strategies of management the productivity and quality of service is in a hotel enterprise

Strategies of management the productivity and quality of service in the sphere of hotel economy are considered; the process of standardization is analysed and the components

of quality of service are offered in a hotel enterprise. It is set that combination of the standardized product and individualized additional services is able to provide a service company possibility of receipt of advantages as a result of upgrading of the system of grant of services and increase of attractiveness of its suggestion for a concrete market. It is carried out with the purpose of strengthening of competition position of company at the local market and receipt of row of competitive edges.

Keywords: hotel economy; hotel services; integration; service; enterprise; productivity; service; strategy; standardization; management; efficiency; quality.

УДК 336.24.

Доц. С.М. Тесля, канд. екон. наук;
магістрант В.З. Кричківський – Львівський НУ ім. Івана Франка

МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Розглянуто сучасний стан митної політики України та проаналізовано основні причини низького рівня митного захисту національної економіки. Зокрема, висвітлено проблеми спрощення процедур митного контролю і митного оформлення, удосконалення структури та системи управління митної служби на основі її реформування, розвиток митної інфраструктури, міжнародне співробітництво з митними органами інших країн та ін. Крім цього, визначено основні кроки, які сприятимуть підвищенню рівня ефективності та іміджу митної справи України.

Сучасний етап ринкової трансформації економіки України передбачає, насамперед, розбудову таких елементів економічної системи, які, з одного боку, здатні забезпечувати однакові умови для здійснення господарської діяльності для усіх суб'єктів підприємницької діяльності, а з іншого – слугують інструментами державного впливу на загальну ситуацію в країні з метою захисту національних інтересів.

Важливу роль у захисті, національних інтересів відіграє митна політика, яка є невід'ємним складником зовнішньоекономічної політики держави.

Вагомий внесок у дослідження ролі митної системи та її використання в зовнішньоекономічній політиці держави зробили відомі українські вчені: В. Андрійчук, В. Будкін, І. Бережнюк [1], А. Гальчинський, В. Гейць, О. Гребельник [2], О. Кириченко, С. Ківалов [3], А. Кредісов, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон, Ю. Пахомов, П. Пашко[5], А. Румянцева, О. Рогач, С. Юрій та ін.

Здобуття авторитету цінного і надійного партнера в системі світового співробітництва є лише одним з кроків до побудови ефективної митної політики. Налагоджуючи відносини на міжнародному рівні, важливо пам'ятати, що однією з основних функцій митної політики є захист національних інтересів, і будь-які дії митної політики повинні здійснюватись з акцентуванням уваги на цей чинник. У цьому напрямку доцільно використовувати протекціоністські заходи на основі гнучких і новітніх методів, які б не зашкодили розвитку міжнародних відносин України. Крім того, не подолана фінансова криза виправдовує заходи протекціонізму в контексті антикризової програми держави. Протекціоністські заходи під час криз, як і невтручання держави у зовнішні економічні відносини в умовах зростання, є об'єктивно зумовленими та захищають національні економічні інтереси. При цьому зовсім не йдеться про застосування традиційних малоефективних протекціоністських