

УДК 658.56:338.439

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

*Науменко М.О., доктор філософії економічного напрямку, доцент,
Гура Т.В., к.п.н, доцент,
Ковширко В.С., магістр (НТУ «ХПИ»)*

В статті розглянуто сутність якості послуг та можливі шляхи підвищення якості послуг для забезпечення ефективного розвитку підприємства і підвищення його конкурентоспроможності.

Ключові слова: якість обслуговування, підприємства ресторанного господарства, конкурентоспроможність, управління якістю.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА В СИСТЕМЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

*Науменко М.А., доктор философии экономического направления, доцент,
Гура Т.В., к.п.н, доцент,
Ковширко В.С., магистр (НТУ «ХПИ»)*

В статье рассмотрено сущность качества услуг и возможные пути повышения качества услуг для обеспечения эффективного развития предприятия и повышение его конкурентоспособности.

Ключевые слова: качество обслуживания, предприятия ресторанного хозяйства, конкурентоспособность, управление качеством.

UPGRADING OF SERVICES OF THE ENTERPRISE OF A PORTERHOUSE FACILITIES

*Naumenko M.O.,
Gura T.V.,
Kovshyrko V.S.*

In articles the essence of quality of services and possible passages of an upgrading of services for maintenance of effective development of the enterprise and increasing of its competitiveness are considered.

Keywords: quality of service, the enterprise of a porterhouse facilities, competitiveness, quality management.

Постановка проблеми. Поняття «якість послуги» дещо нове для України. Лексика цього поняття формується за рахунок поєднання двох непростих базових економічних понять: якість і послуга. Але стандарти якості продукції й послуг були прийняті в 1987 році Міжнародною організацією зі стандартів. У 1995 році в Пекіні Всесвітньою Торговельною Організацією була прийнята генеральна угода з торгівлі в області послуг (ГАТ). Водночас визначення якості послуги є достатньо складним. Проте для формування і ефективного управління підвищенням якості на підприємстві принципово важливо і необхідно.

Сучасні складні економічні та політичні процеси в Україні не дозволяють вітчизняним підприємствам у повній мірі боротися за розширення внутрішнього та зовнішнього ринку збуту, і однією з причин такого становища є недостатньо висока якість продукції. Актуальність підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності сягає свого

апогею через приєднання України до Світової організації торгівлі й мінімізацію тарифного захисту внутрішнього національного ринку, що спричинить збільшення конкурентного тиску на ринку.

Основою конкурентоспроможності підприємств в Україні в умовах переходу до ринкових відносин все більше виступає якість продукції та надання послуг, тому правильно обрана стратегія управління якістю продукції та наданням послуг дозволить забезпечити ефективний розвиток підприємства і підвищення його конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення невирішених частин загальної проблеми. В сучасних умовах якість продукції та виступає основою конкурентоспроможності підприємства, тому вивченням цього питання займалися багато дослідників, а саме: розгляду змісту категорії якості приділяли увагу зарубіжні і вітчизняні вчені: Бастрикін Д. В., Євсейчев А. І.,

Нижегородов Е. В., Румянцев Е. К., Сизикин А. Ю., Торбина О. І. [14] Басовський Л.Е. [4] та інші. Проблему якості послуги вивчали вітчизняні та закордонні науковці, такі як: П'ятницька Н.О. [9], П'ятницька Г. Т. [11], Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. [15] та інші. В дослідженні проблеми управління якістю та конкурентоспроможністю слід виділити таких дослідників: Г. Азоева [1], В. Л. Диканя [6-7], Ю. Б. Рубіна [13]. Найбільш відомими дослідниками проблем якості й управління якістю є Л. Є. Басовський [4], О. П. Глудкин [5], Н. Золотухін [9] та інші.

Наша країна іде шляхом багатьох розвинених країн світу. Це можна віднести і до закладів ресторанного господарства. Актуальним стає вираз «обслуговування на вищому рівні», саме це стає конкурентоспроможним фактором. Але в сучасних умовах виникає необхідність пошуку та розроблення нових форм і методів управління якістю послуг в ресторанному бізнесі, подолання безсистемності управління, формування систем управління якістю ресторанних послуг.

Тому *мета статті* полягає у визначенні умов досягнення шляхів підвищення якості послуг на підприємствах ресторанного господарства.

Викладення основного матеріалу дослідження. Для докладного аналізу визначимо складові категорії цього поняття. У сучасних умовах розвитку економіки, якість – це загальна сукупність характеристик продукції (послуги, роботи), що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція (послуга, робота) при своєму використанні задовольнить потреби споживача у кожній із сфер його життєдіяльності за ціну, яку він може собі дозволити [5].

В уніфікованих стандартах ІСО 9000:2005 Якість трактується як ступінь відповідності

сукупності властивих характеристик (відмітних властивостей) вимогам (потребам або очікуванням, які встановлені, зазвичай передбачаються або є обов'язковими) [3].

Згідно з ІСО 9000:2005, послуга – це результат щонайменше однієї дії, обов'язково здійсненої при взаємодії постачальника і споживача. Послуга є результатом взаємодії виконавця і його засобів праці із замовником.

Враховуючи вищенаведене, структура поняття "якість послуги" формується як комплекс поєднань якості та послуги, що складається з наступних частин:

- якість потенціалу (технічна якість);
- якість процесу (функціональна якість);
- якість культури (соціальна якість) [4].

Попит та пропозиція є основними економічними категоріями ринку, від співвідношення яких залежить ступінь задоволення запитів споживачів товарів і послуг [13]. Потреби людини як істоти породжені самою організацією, оскільки без безперервного задоволення різноманітних потреб життєдіяльність людей неможлива. Вони є першоосною, що спонукає індивідуума до діяльності для задоволення тієї або іншої потреби.

Якість послуги з точки зору споживача, безпосередньо визначається процесами, а також діями, пов'язаними з заходами, що виконуються за результатами зворотного зв'язку з якості послуг і сприяють поліпшенню якості останніх, а саме:

- оцінюванням наданої постачальником послуги;
- оцінюванням отриманої послуги споживачем;
- перевірками якості реалізації всіх процесів системи якості та їхньої ефективності.



Рис. 1. Структура системи якості послуг

Якість - одна зі складних економічних категорій, до якої звертаються у випадку вибору механізму задоволення різноманітних потреб, при оцінці кінцевих результатів виробничих процесів чи окремих їх операцій, при наданні послуг і виборі стратегії розвитку, резервів підвищення ефективності [4].

Завдання підвищення якості послуг є довготерміновим і безперервним, тому що їх рівень не може бути постійною величиною, але на кожному етапі якість послуг має бути оптимальною, тобто максимально задовольняти потреби споживача при економічно обґрунтованих витратах на її досягнення. В умовах глобалізації ринку проблема якості є актуальною для всіх сервісних підприємств, тому що тільки послуга високої якості може бути конкурентоспроможною. Ця проблема багатогранна й має політичний, соціальний, економічний, науково-технічний та організаційний аспекти.

Якість послуг визначається технологічними вимогами до виконання відповідної операції, часом очікування в черзі, комфортністю отримання послуги, зручністю інформаційного обслуговування клієнтів, регіональними характеристиками мережі обслуговування тощо. Усе це об'єднується загальною назвою "рівень сервісу".

Коли попит великий, існує можливість реалізувати будь-які, навіть найнижчої якості товари і послуги. В умовах перевищення пропозиції ситуація повинна змінитися докорінно - якість товарів та послуг виходить на перший план, тобто стає дієвим фактором конкурентоспроможності й визначає успіх функціонування підприємства [13].

У загальному розумінні якість - це категорія, що "виражає суттєву визначеність об'єкта, завдяки якій він є саме те, а не інше. Якість - об'єктивна й узагальнююча характеристика об'єктів, що виявляється в сукупності їх властивостей" [15].

У сучасній економічній ситуації, якість - передумова для існування підприємств та необхідна умова довгострокового їх виживання, яке відбувається під впливом певних факторів.

Якість - це частина задоволення потреб споживача, яка призводить до високого задоволення покупців, отже, і до великого прибутку. По-друге, покупці забезпечують стійку споживацьку базу підприємства, а їхня усна реклама сприяє залученню нових споживачів і збільшує частку ринку для підприємства сфери послуг. Якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності й надійності підприємств, як наслідок почав розвиватися новий підхід в управлінні якістю на підприємствах [16].

Для оцінювання якості послуг у закладах ресторанного господарства використовуються, як правило, такі показники [10-12].

1. Показник, що характеризує якість праці обслуговуючого персоналу, який передбачає:

- технологічність процесу обслуговування;
- етику;
- зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу;
- рівень професійної підготовки персоналу.

2. Показник, що характеризує якість продукції:

- відповідність асортименту продукції типу і класу закладу ресторанного господарства;
- якість оформлення страв під час їх подання.

3. Показник, що характеризує рівень гостинності закладу:

- музичне обслуговування;
- умови відпочинку;
- інтер'єр зали;
- обладнання, столовий посуд, набори, столова білизна (стильова єдність);
- мікроклімат (шум, освітлення, температура, вібрація, вологість повітря);
- екологічність та безпека запропонованих послуг.

4. Показник, що характеризує естетичність:

- виразність дизайну;
- відповідність торговельних приміщень естетичним вимогам, стилю;
- оригінальність та гармонійність в оформленні торговельних приміщень.

5. Показник, що характеризує якість матеріальної бази підприємства:

- відповідність торговельних приміщень санітарно-гігієнічним вимогам;
- санітарний стан приміщень, столового посуду, наборів та білизни.

6. Ергономічні показники:

- гігієнічні;
- антропометричні;
- фізіологічні та психофізіологічні;
- психологічні.

Сутність послуг ресторану й умова його успішності - це якісне обслуговування. Ресторан, що зумів надати споживачам відмінний сервіс, одержує найсильнішу конкурентну перевагу [10].

Успішне вирішення завдань підвищення якості ресторанних послуг вимагає ефективного управління на основі практичного використання факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [2]. Практичні фактори визначають потенційну готовність до якісного обслуговування:

- виконання працівниками ресторану індивідуальних побажань гостей;

– акуратність виконання будь-якого виду робіт при обслуговуванні;

– постійний контроль і самоконтроль за якістю роботи;

– точний розподіл часу;

– професійна і соціальна компетентність.

Висновок. Використовуючи міжнародний досвід необхідно відмітити, що для підвищення якості послуг ресторанного бізнесу необхідно:

– запровадження програм лояльності, наприклад, дисконтна програма, що передбачає нарахування дисконтних та накопичувальних знижок відвідувачам;

– мотивації праці;

– створення комфортного, різноманітного, цікавого відпочинку, забезпечення високоякісного дозвіллевого обслуговування;

– виконання працівниками ресторану індивідуальних побажань гостей;

– акуратність при виконанні будь-якого виду робіт при обслуговуванні;

– постійний контроль і самоконтроль за якістю роботи;

– точний розподіл часу;

– професійна і соціальна компетентність.

Використання різноманітних методів управління забезпечує створення замкнутого процесу, який розпочинається з визначення потреб ринку та їх задоволення і включає до себе всі фази постійного удосконалення якості та конкурентоспроможності послуг, котрі надаються.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Азоев Г. Конкуренция: анализ, стратегия, практика [Текст] / Г. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посібник [Текст] / В. В. Архіпов // – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
3. Братчиков В. Міжнародні стандарти ISO 9000 версії 2000 року. Основа, структура і практика застосування (Частина 1. Принципи побудови) [Текст] / В. Братчиков // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2000 р. – № 2. – С. 53- 57.
4. Басовкий Л. Е. Управление качеством: учебник [Текст] / Л. Е. Басовкий, В. Б. Протасьев. – М.: ИНФРА, 2001. – 212 с.
5. Всеобщее управление качеством [Текст]: учебник для вузов / [О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин]; под ред. О. П. Глудкина. – М.: Радио и связь, 1999. – 600 с.
6. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография [Текст] / В. Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995. – 160 с.
7. Дикань В. Л. Реформирование экономики Украины и конкурентоустойчивость предприятий: монография [Текст] / В. Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1997. – 345 с.
8. Золотухин Н. Из вопросов управления качеством [Текст] / Н. Золотухин, А. Кузнецов // Вопросы экономики. – 2002. – №8. – С. 318
9. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства [Текст]: підруч. для вузів/ за ред. проф. Н. О. П'ятницької. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 632 с.
10. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування [Текст]: навч. посібник / [В. Д. Карпенко, А. Л. Рогова, В. Г. Шкарлупа та ін.] . – К.: НМЦ “Укоопосвіта”, 2003. – 248 с.
11. П'ятницька Г. Т. Менеджмент громадського харчування [Текст]: підручн. для вузів / П'ятницька Г. Т. – К.: КНТЕУ, 2001. – 655 с.
12. Рябикина А. А., Быкова Т. В., Шапиро С. – Основы микроэкономики. Что такое спрос и предложение [Текст] / Рябикина А. А., Быкова Т. В., Шапиро С. – СПб.: Лань, 1997. – 304 с. –
13. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник [Текст] / Ю. Б. Рубин. – [6-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Маркет ДС, 2007. – 608 с. Сучасні концепції менеджменту: навчальний посібник [Текст] / за ред. д.е.н., проф. Л. І. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
14. Управление качеством на промышленном предприятии [Текст] / [Бастрыкин Д. В., Евсейчев А. И., Нижегородов Е. В., Румянцев Е. К., Сизикин А. Ю., Торбина О. И.]; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б. И. Герасимова. – М.: «Издательство
15. Мескон М. Х. Основы менеджмента [Текст] / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. ; [пер. с англ.] [Текст] – М.: Дело, 1992. – 367 с.
16. Нечаюк Л.І. Готельно - ресторанний бізнес: менеджмент [Текст]: навчальний посібник/ Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк. - К.: ЦНЛ, 2006. - 348с.

*Рецензент д.е.н., професор ХНЕУ Назарова Г.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Уткіна Ю.М.*