

Томалья Т. С.

к. е. н., доц.,

Щипанова Я. І.

Хмельницький національний університет

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Розглянуто сутність системи управління якістю послуг готельно-ресторанного господарства. Проаналізовано способи контролю та методи підвищення якості послуг, які використовуються у практиці вітчизняних та зарубіжних підприємств. Науково обґрунтовано створення нормативно-правового і методичного базису якості та організаційно-економічного забезпечення ефективності управління якістю у готельно-ресторанному бізнесі. Сформовано пропозиції щодо активізації розвитку готельного-ресторанного бізнесу і підвищення якості обслуговування в умовах глобалізації і прискореного розвитку туристичного бізнесу.

Ключові слова: готель, послуги, ресторан, якість.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанний бізнес України в умовах глибоких соціально-економічних трансформацій стає однією з найбільш динамічних і пріоритетних сфер економічної діяльності. За останні роки громадське харчування та засоби розміщення відчули на собі тиск економічних реформ, приватизації та криз, але, не зважаючи на усі економічні перешкоди, сфера ресторанної та готельної індустрії має стійку тенденцію до зростання. Ресторанний та готельний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкурентності.

Актуальність теми обумовлена тим, що у всьому цивілізованому світі готельно-ресторанна сфера є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг, а основним фактором конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу є якість їх продукції або послуг.

Формування цілей статті. Метою є дослідження та виокремлення методів покращення якості послуг готельно-ресторанного господарства відповідно до міжнародних вимог і стандартів. Адже забезпечити позитивний імідж та високий конкурентний статус

вітчизняних підприємств можна лише за умови оптимального співвідношення “ціна-якість” продуктів праці. Це є визначальним у сучасних умовах функціонування та розвитку готельно-ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Готелі вважаються основним і найбільш розповсюдженим видом тимчасового житла, а ресторани – місцями для харчування. Проте, на жаль, якість надання послуг у них бажає бути кращою. Порівнюючи рівень обслуговування в інших країнах світу, Україна знаходиться далеко від лідируючих позицій. Дослідженню проблем функціонування та розвитку готельно-ресторанного бізнесу України були присвячені роботи вітчизняних фахівців: А. В. Дубодєдова, Й. М. Голик, О. Л. Ремеслова, І. В. Щоголева, В. В. Окрепилов, А. В. Вакуленко, Д. І. Чернявський, Л. В. Мінкевич, Д. В. Рудаков, Д. Боуен, Л. Г. Агафонова, Л. В. Чоренька, М. П. Мальська, М. І. Кабушкін, Г. А. Бондаренко, О. С. Кусков, Л. Г. Лук’янова та інших. Незважаючи на те, що різним аспектам розвитку та управління у сфері готельно-ресторанного господарства присвячено немало наукових праць, разом з тим, у теорії та практиці управління, особливо в Україні, залишається багато проблемних і малодосліджених питань.

Виклад основного матеріалу. Основною складовою туристичної галузі нашої держави є готельно-ресторанний бізнес. Досягнення практично всіх наукових шкіл управлінського спрямування покладені в основу розвитку сучасного менеджменту готельно-ресторанної сфери. Дослідження логіки розвитку менеджменту як невід’ємного атрибуту розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах постійної нестабільності середовища є необхідною умовою для підтримання конкурентоздатності підприємств. При цьому визначальні передумови успіху створюються за межами підприємства - у зовнішньому середовищі, саме тому сучасний менеджмент необхідний насамперед для економічно самостійних господарюючих суб’єктів, для оперативного реагування на постійну мінливість кон’юнктури ринку, позицій конкурентів і коригування власних позицій з врахуванням вимог зовнішнього середовища.

Готельно-ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем конкуренції, основними умовами ефективного функціонування якої є максимальне задоволення потреб споживачів, забезпечення високого рівня комфорту, задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей. З кожним роком вимоги до рівня цих послуг зростають. Висока культура та якість обслуговування відвідувачів покращують імідж готелю й ресторану та, у свою чергу, приваблюють клієнтів. Дослідження показують, що для багатьох компаній підвищення якості сервісу стає більш ефективним інструментом збільшення обсягу продажів і прибутку, ніж маркетинг, просування чи реклама.

Управління якістю продукції та послуг відіграє все більш помітну роль у сучасних

системах управління підприємствами ресторанного та готельного типів, оскільки якість є найбільш вагомим інструментом конкурентоспроможності послуг. До того ж, якість продукції і послуг повинна гарантувати їх безпеку і екологічність, забезпечувати можливість їх обов'язкової сертифікації.

Якість продукції, послуг посідає центральне місце у розв'язанні проблеми підвищення конкурентоспроможності закладів готельного і ресторанного господарства. Підприємство може бути конкурентоспроможним за умови, якщо його продукція, послуги користуються попитом, що можливо лише за умов високої якості та відповідності вимогам споживачів, стандартам й іншим нормативним документам.

Вимоги до якості постійно змінюються, підвищуються з розвитком науково-технічного прогресу, підвищенням рівня життя та, відповідно, попиту на продукцію, послуги.

Кожне підприємство готельно-ресторанної сфери повинно гарантувати клієнтам чистоту, гігієну, чітке обслуговування, особисту безпеку та безпеку майна клієнтів. На рисунку 1 зображено цикл управління взаємовідносинами якісного агентства зі споживачами.



Рис. 1. Цикл управління взаємовідносинами зі споживачами

Аналізуючи дані рисунку бачимо, що очікувана якість споживачів повинна бути рівна сприйнятій: якість наданих послуг повинна відповідати внутрішнім та зовнішнім стандартам та вимогам клієнтів, що різко посилюється в умовах високої конкурентності. За для отримання максимального прибутку керівництву слід контролювати якість надання послуг.

Способами контролю якості можуть бути: обзвін клієнтів проводиться оцінка якості, швидкості обслуговування, інтер'єру і атмосфери шляхом оцінювання клієнтами по телефону; анкетування; таємний клієнт: проводиться перевірка кваліфікованим працівником якості продукції та дотримання норм обслуговування та стандартів; телефон гарячої лінії; інтернет оцінка.

У всіх цих способів є недоліки: деякі способи вимагають багато часу на обробку, оцінка не завжди може бути об'єктивною, а не всі конфлікти можуть бути вирішені по телефону, проте при впровадженні потрібної комбінації даних способів, можна отримати відповіді на запитання, що виникли з приводу якості.

Навчання персоналу контактної зони потребує значної уваги. Для того, щоб підвищивши професійну та особистісну самооцінку тих, хто займається в закладі обслуговуванням, потрібно навчити персонал як ефективніше вступати в контакт, брати замовлення та розвинути у них вміння переконання, інформування та впевненості у собі. Персоналу та адміністраторам слід пояснювати, що вони повинні робити для покращення якості сервісу та максимального задоволення клієнтів. Варто проводити спеціальні тренінги та моделювати різноманітні ситуації, щоб з'ясувати як найкраще слід зреагувати у тій чи іншій ситуації. Щоб програма обслуговування гостей не дала збій, необхідно регулярно навчати і перевіряти весь персонал контактної зони. А також заохочувати та винагороджувати працівників, що надають бездоганний сервіс.

Успішність роботи будь-якої компанії як механізму є не стільки вміння передбачити побажання одного окремо взятого гостя на одній зі змін персоналу, а сталість якості, яке забезпечують готелі з добре налагодженими бізнес-процесами. До простих методів організації бізнес-процесів належать поділ процесів, що існують в готелі чи ресторані, які повинні бути нескладними до розуміння іншими співробітниками; аналіз діяльності, що дозволить виділити типові ланцюги процесів, що відбуваються на підприємстві; категоризація процесів та опис самих процесів, що включає в себе детальну схему того, як відбувається процес; удосконалення процесів: описані процеси опрацьовуються на предмет наявності порожніх, критичних і точок бездіяльності. Після виявлення цих точок процеси удосконалюються і впроваджуються в практику за допомогою внутрішніх тренінгів та стандартів роботи [6].

Окрім запропонованих методів, існують інші способи покращення управлінням якістю послуг в готельно-ресторанному бізнесі. Так, японські фахівці вважають, що якість готельного та ресторанного обслуговування визначається технічним обслуговуванням обладнання, роботи окремих підрозділів; матеріальна якість, що втілюється в дизайні приміщень, меблів тощо; нематеріальна якість, представлена у вигляді загального рівня

комфорту, вірогідності реклами, музичного оформлення, тобто атмосфери обслуговування та естетичного задоволення; психологічна якість, що характеризується виявом гостинності, ввічливості, доброзичливості персоналу; тривалість обслуговування, тобто час очікування, оперативність і швидкість обслуговування.

За системним підходом американських фахівців повна якість послуг у сфері готельного та ресторанного обслуговування розглядається як сукупність властивостей і характеристик, що викликають задоволення клієнтів, технічної, функціональної та етичної (соціальної) якості. Технічна якість готельних та ресторанних послуг визначається рішеннями у матеріальному забезпеченні гостинності, використовуваними “ноу-хау” в обслуговуванні клієнтів, машинною озброєністю праці, наявністю інформаційних технологій в управлінні готельно-ресторанним господарством. Функціональна якість оцінюється як здатність персоналу якісно виконувати свої обов'язки відповідно до стандартів обслуговування і втілює корисні властивості готельних та ресторанних послуг і характерні особливості процесу їх надання. Етична (соціальна) якість визначається конкретними показниками, враховуючи досвід функціонування підприємства, результати соціологічних і маркетингових досліджень, громадську думку, що стає підставою привабливості підприємства і його послуг серед споживачів. Повна якість послуг створює сприятливий імідж готелю та ресторану у наявних і потенційних клієнтів, що відображається в сприйнятті реальної технології обслуговування через порівняння з очікуваною.

У сучасному менеджменті якості сформувалися універсальні моделі, що визначають основні елементи системи управління якістю послуг, які можна адаптувати до специфічних особливостей готельного господарства. Серед них розповсюджені моделі «П'ять М» Ф. Котлера і «Петля якості» Е. Демінга [5].

Модель управління «П'ять М» передбачає, що якість послуг досягається через ефективне управління усіма складовими обслуговування в готелі: персоналом (MEN), обладнанням (MACHINE), матеріалами (MATERIAL), методами (METHOD) і навколишнім середовищем, мікрокліматом (MILIEU).

«Петля якості» прийнята за основу в міжнародних стандартах ISO 9000-9004 характеризує етапи життєвого циклу послуги, серед яких маркетинг, проектування послуги; матеріально-технічне забезпечення; підготовка розроблення технологічного процесу обслуговування; контроль якості; реконструкція та експлуатація готельно-ресторанного фонду; інфраструктура готелю та ресторану; технічна допомога в обслуговуванні; підвищення кваліфікації персоналу.

Зарубіжний і вітчизняний досвід свідчать, що управління якістю послуг – складний процес, який охоплює організаційний, економічний, соціальний напрями діяльності

готельно-ресторанного підприємства. За системним підходом управління якістю готельно-ресторанних послуг – це сукупність взаємопов'язаних суб'єктів, об'єктів, принципів, методів і функцій управління, орієнтованих на розроблення та задоволення вимог до якості та зниження витрат на нього. В такий спосіб управління якістю готельно-ресторанних послуг означає забезпечення оптимального співвідношення його складових. При цьому зусилля спрямовуються на досягнення пріоритетних цілей, серед яких – підвищення рівня якості, зниження операційних витрат, забезпечення оперативності обслуговування, отримання оптимального прибутку. З урахуванням останнього готелі починають розглядати питання прибутковості діяльності з позицій якості, конкурентоспроможності, ціни, тобто реального стану ринку послуг готельно-ресторанного господарства.

Конкретні вимоги до забезпечення якості готельних та ресторанных послуг відображені в документах ВТО і глобальній концепції законодавчого забезпечення якості послуг на європейському ринку, що спирається на три фундаментальні положення, а саме: систему управління якістю в готелі та ресторані, контроль якості готельно-ресторанних послуг, єдину оцінку відповідності якості (сертифікацію) послуг [4].

Висновки. Оскільки Україна перебуває на шляху до перетворення на туристичну країну, то до відповідності європейським стандартам необхідно подолати нелегкий шлях. Після проведення «Євро 2012» її було відмічено як країну з великим потенціалом. Саме тому необхідно розширювати інфраструктуру готельно-ресторанного бізнесу, створювати заклади для навчання персоналу та підвищення його кваліфікації. Першочерговим постає питання розроблення власної нормативно-правової бази, яка б регулювала якість надання послуг у цій сфері. Система управління якістю послуг готельно-ресторанного господарства повинна гарантувати клієнтові задоволення його запитів під час обслуговування в готелі та ресторані, на усіх його етапах і у всіх ланках. Тому особливого значення набуває проблема розроблення та практичного застосування внутрішніх стандартів підприємств, які визначають загальні складові якості надання готельно-ресторанних послуг.

Список використаної літератури

1. Айситуліна К. Якісне обслуговування – філософія ресторану [Текст] / К. Айситуліна – М.: Гостиничный бизнес – 2010. – №6. – С. 23-28.
2. Белоусова О. С., Афанас'єва О. С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до Євро 2012 / О. С. Белоусова, О. С. Афанас'єва // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту – 2011. – №2. – С. 53-60.
3. Данилюк Л. П. Сутність управління якістю готельних послуг / Л. П. Данилюк //

Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ – 2013. – №12 – С. 78-83.

4. Дубодєлова А. В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти / А. В. Дубодєлова // Проблеми економіки та управління. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. Політехніка», 2008. – №611. – С. 130-134.

ТОМАЛЯ Т. С., ШИПАНОВА Я. И. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Рассмотрена сущность системы управления качеством услуг гостинично-ресторанного хозяйства. Проанализированы способы контроля и методы повышения качества услуг, используемых в практике отечественных и зарубежных предприятий. Научно обосновано создание нормативно-правового и методического базиса качества и организационно-экономического обеспечения эффективности управления качеством в гостинично-ресторанном бизнесе. Сформированы предложения по активизации развития гостинично-ресторанного бизнеса и повышения качества обслуживания в условиях глобализации и ускоренного развития туристического бизнеса.

Ключевые слова: гостиница, услуги, ресторан, качество.

TOMALYA T. S., SHCHYRANOVA Y. I. QUALITY MANAGEMENT IN HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Essence of QMS services of hotel and restaurant management is considered. Methods to improve the quality of services of hotel and restaurant management are researched required in accordance with international requirements and standards. To provide a positive image and high competitive status of domestic enterprises can only be provided optimum ratio "price and quality" products of labor. The ways and methods of control to improve the quality of services that are used in the practice of domestic and foreign enterprises are shown. Scientifically substantiated create legal and methodological basis of quality and organizational efficiency and economic security quality management in the hotel and restaurant business.

Keywords: hotel, services, restaurant, quality.