

Сінякова А.О.

*здобувач вищої освіти освітнього ступеня «магістр»,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-365-4-21>

ЯКІСТЬ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Проблема якості обслуговування на сьогоднішній день є актуальною для всіх вітчизняних підприємств, фірм і організацій, в тому числі й для ресторанного бізнесу. Якість обслуговування – невід’ємна складова ефективності роботи закладу ресторанного господарства, завдяки якій можливо втримати споживача і мати високий рівень конкурентоспроможності.

Сучасні 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 [1].

В Україні основою конкурентоспроможності на ринку виступає надання якісного сервісу, тому правильно підібрана стратегія та план управління надання якісних сервісних послуг та шляхи її підвищення дозволять забезпечити ефективний розвиток підприємства і підвищення його конкурентоспроможність.

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 тощо [3].

Підвищення сервісної якості послуг є довготерміновим і безперервним. На кожному етапі якість сервісних послуг має бути оптимальною, тобто максимально задовольняти потреби споживача. В умовах ринку проблема якості надання сервісних послуг є актуальною для всіх підприємств, тому що надання послуги високої якості допоможе виділити підприємство на конкурентному ринку.

Сутність надання послуг ресторану та його успішності – це якісне обслуговування. Ресторан, що зумів надати споживачам відмінний сервіс, одержує найсильнішу конкурентну перевагу [4].

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 сервісного 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.

Зрозуміло, що ідеального якісного сервісного обслуговування в закладах ресторанного господарства немає, але можна покращити якість шляхом її підвищення [4]. Підвищення якості сервісних послуг у ресторані вимагає комплексного підходу та уваги до різних аспектів обслуговування, а саме:

1. Навчання та розвиток персоналу: забезпечення персоналу регулярними тренінгами для покращення навичок обслуговування та розуміння вимог клієнтів.

2. Створення стандартів обслуговування: розробка та впровадження чітких стандартів, які визначають очікувані рівні сервісу для всього персоналу.

3. Збір та аналіз відгуків : організація системи збору відгуків та активне використання їх для вдосконалення сервісу та виправлення можливих проблем.

4. Персоналізовані послуги: надання індивідуального підходу до кожного гостя, враховуючи його уподобання та побажання.

5. Інновації в меню та обслуговуванні: впровадження нових, цікавих страв, а також оновлення концепції ресторану для забезпечення свіжого та сучасного враження.

6. Ефективний менеджмент резервацій: використання ефективних інструментів для управління резерваціями та забезпечення своєчасного та ефективного обслуговування гостей.

7. Система винагород та лояльності: впровадження програм лояльності та надання знижок чи бонусів для постійних клієнтів.

8. Атмосфера та дизайн: Забезпечення приємної атмосфери та зручного інтер'єру для залучення та утримання клієнтів.

Ці заходи, якщо вони впроваджуються разом, можуть сприяти покращенню якості сервісу та створенню позитивного враження у гостей ресторану.

В сучасних умовах жорсткої конкуренції підприємства прагнуть об'єднатися в єдину систему управління, враховуючи при цьому чинники, які можуть вплинути на якість. Більшість підприємств створюють систему якості, спираючись на зовнішню мотивацію. Кожне підприємство сподівається на переваги в конкурентній боротьбі, а також прагне зміцнити свої позиції на ринку. Тому для досягнення поставлених цілей їм необхідно враховувати вплив як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.

Діяльність кожного підприємства безпосередньо залежить від потреб споживачів, тому однією з найважливіших цілей є задоволення даних вимог. Орієнтуючись багато в чому на споживача, компанія забезпечує собі зростання доходів, а також ймовірність повторних покупок. Застосовуючи даний принцип, підприємство зможе повністю вивчити переваги споживачів і довести ці вимоги до кожного з працівників (див. рисунок 1).

Отже, саме поняття якості сервісної послуги в закладах ресторанного господарства необхідно розглядати як процес, який потрібно постійно вдосконалювати. Сервісна якість представляє собою якість послуг, що надаються працівниками в процесі обслуговування клієнта. Ця складова якості є

нематеріальною, тому об'єктивність її оцінки та контролю являє собою важливу проблему. Але якщо приділяти цьому увагу, постійно підвищувати кваліфікацію і цим же покращувати якість сервісної послуги, то заклад буде мати конкурентоспроможну тактику на ринку і це буде його відрізняти від інших закладів, що є немало важливим.

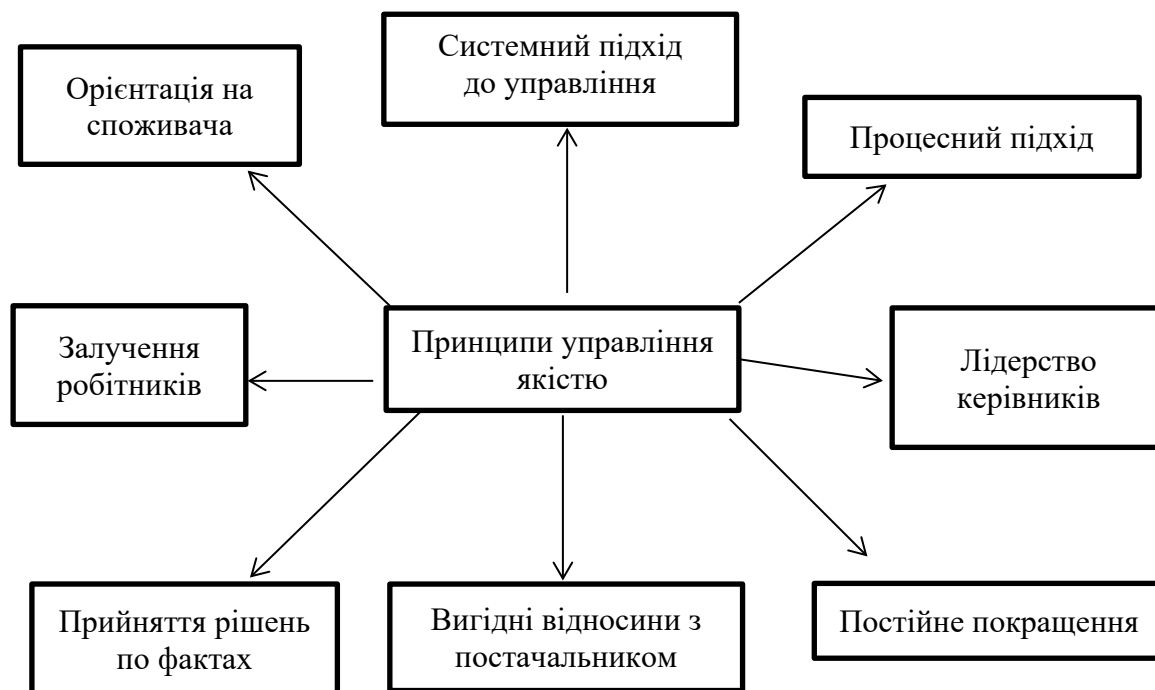


Рис. 1. Принципи управління якістю на підприємстві

Під час розробки політики в сфері якості слід враховувати наступне:

- перспективи подальших покращень, які необхідні для успішної діяльності підприємства ресторанного бізнесу;
- очікуваний ступінь задоволеності споживачів ресторанних послуг;
- підвищення кваліфікації персоналу підприємства ресторанного бізнесу;
- потреби, а також очікування інших зацікавлених сторін в сфері обслуговування;
- ресурси, які необхідні для виходу за межі вимог ISO серії 9000;
- потенційний внесок постачальників та партнерів сфери гостинності

Література:

1. Аванесова Н.Е., Марченко О.В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади : монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2019. 195 с.
2. Міщенко І.А. Підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу на основі управління якістю послуг. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2019. № 5. С. 104–112.
3. Шевченко І.В. Управління якістю в ресторанному бізнесі. *Менеджмент в Україні: теорія і практика*. 2020. № 2. С. 10–14.
4. Ярмолів І.І. Управління сервісними послугами : підручник. Київ : Атіка, 2018. 432 с.