

## **ПРОБЛЕМА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

**Стільник В.В.**, канд. екон. наук, асистент кафедри менеджменту та маркетингу  
Миколаївський національний аграрний університет

Характерні риси діяльності організації ресторанного бізнесу обумовлені особливостями надання послуг, а саме: наявністю індивідуального клієнта; локальним характером виробництва послуги; різноманітністю технологічних процесів; поєднанням місця виробництва і реалізації послуг; якістю обслуговування; терміновістю і не взаємозамінністю послуг [1].

Серед економістів і фахівців з управління в сфері ресторанно-готельного бізнесу переважаючим є твердження про те, що якість обслуговування - це визначальний фактор конкурентоспроможності підприємств громадського харчування [2].

Одним з факторів конкурентоспроможності підприємств громадського харчування виступає якість послуг, що надаються. Хоча поняття якості обслуговування і його основні складові відрізняються деякою невизначеністю, очевидна значимість цього поняття для готельного підприємства та його клієнтів.

Форма сервісного обслуговування являє собою певний спосіб надання послуг, що включає набір конкретних робіт і благ для споживача. В рамках

одного різновиду готельних послуг можуть бути задіяні різні форми сервісного обслуговування, що виробляються для комфорту і зручності клієнтів, для максимального наближення процесу обслуговування до запитів споживачів.

У різних сегментах і сферах сервісної діяльності склалися свої традиційні форми обслуговування. Поряд з тим стрімкий розвиток сервісу повсюдно стимулює впровадження інноваційних форм і типів обслуговування. Наприклад, на підприємствах громадського харчування при готелях за традицією прагнули зробити їжу для гостей різноманітною, по максимуму наближеній до домашньої кухні. У ресторанах при готелях у всьому світі широко поширеним є обслуговування гостей в номерах, а також в ресторані за принципом «шведської лінії», коли гості можуть самостійно пробувати відразу велику кількість страв.

Організація в ресторані святкових заходів, сімейних торжеств і т.д. передбачає дещо інший порядок обслуговування. В даному випадку персонал, в першу чергу, прагне підтримувати атмосферу свята, виконуючи будь-які побажання гостей.

В процесі обслуговування офіційних заходів (офіційні банкети, обслуговування учасників конгресів і т.д.) використовуються інші технологічні прийоми, основна увага тут приділяється масовим формам і швидкому обслуговуванню.

Управління якістю в даний час поступово перетворюється в комплексний системний підхід, який об'єднує в єдину систему, що охоплює все підприємство, найпередовіші методи забезпечення і підвищення якості обслуговування.

Якість послуги громадського харчування відображає здатність послуги задовольняти певні людські потреби і, отже, характеризує вихід системи надання послуги. Послуга є одним з видів продукції, але, тим не менш, має ряд особливостей, які дозволяють виділити її в самостійний об'єкт дослідження.

У сучасному ресторанно-готельному бізнесі у клієнта є можливість вибору з безлічі підприємств, отримуючи різноманітне і якісне обслуговування

там, де він особисто вважає за потрібне. Найчастіше на вибір клієнта впливає можливість отримання гарантованого рівня обслуговування без будь-яких несподіванок.

В якості ключового фактора виступає надання послуг, які задовольняли б і, що більш переважно, перевершували очікування цільової аудиторії.

Очікування клієнтів підприємств громадського харчування формуються на підставі наявного у них досвіду і різної інформації, отриманої за прямими або масовим каналам маркетингових комунікацій. Відштовхуючись від цього, споживачі вибирають певного виробника послуг, після чого зіставляють своє уявлення про якість отриманої послуги зі своїми очікуваннями.

Якщо фактично надана послуга не відповідає очікуванням клієнтів, вони втрачають будь-який інтерес до підприємства громадського харчування, якщо ж якість послуги відповідає їхнім очікуванням (або перевершує їх), клієнти можуть знову звернутися в даний ресторан. Інакше кажучи, споживач завжди бажає досягти оптимального для себе відповідності ціни послуги її якості.

Все вищевикладене свідчить про актуальність проблеми підвищення якості обслуговування на підприємствах громадського харчування. Сфера громадського харчування – це сфера надання послуг. Це означає, що головне завдання її працівників – зробити гостей щасливими на той час, поки вони знаходяться у них.

### **Інформаційні джерела:**

1. Капліна Т.В., Столярчук В.М., Капліна А.С. Підприємство готельного господарства як основний суб'єкт реалізації нововведень у галузі / Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Мукачево: РВВ МДУ, 2018.- 114с.
2. Могилова А.Ю., Будашко В.О. Особливості маркетингу у готельно-ресторанному бізнесі / Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. - 2016. - Вип.17, Ч.2. - С.72-75.