

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-49>

УДК 642.59

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

QUALITY OF PRODUCTS AND SERVICES AS A MANAGEMENT OBJECT IN RESTAURANT ENTERPRISES

Постова Валентина Вікторівна

кандидат економічних наук,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0056-5648>

Postova Valentyna

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics

У статті визначено, що у сучасній ринковій економіці проблеми якості є одними із найважливіших чинників підвищення рівня життя. Визначено поняття якості, системи якості, якості продукції та послуг, які надаються на підприємствах ресторанного бізнесу. Проаналізовано сучасну літературу щодо поняття якості. Визначено, що структура поняття «якість послуги» в закладах ресторанного господарства формується як комплекс поєднань якості продукції та послуг, яка в свою чергу складається із наступних частин: якість потенціалу; якість процесу; якість культури. Також у статті було визначено, що створена система якості, що включає керування процесами, почала працювати, потрібно: використовувати засоби мотивації для персоналу ресторанного бізнесу; навчати його як по професійних питаннях, так і з питань менеджменту якості надання послуг; вибудувати правильні відносини зі споживачами ресторанних послуг; навчитися так керувати постачальниками, щоб вчасно одержувати від них необхідну продукцію заздалегідь установленої якості, згідно норм HACCP.

Ключові слова: ресторанний бізнес, якість продукції, якість послуг, обслуговування споживачів, система управління якістю, система TQM, ефективність.

The article determines that in the modern market economy, quality problems are one of the most important factors in raising the standard of living. The concepts of quality, quality system, quality of products and services provided at restaurant business enterprises are defined. Modern literature on the concept of quality is analyzed. It is established which international standardization organizations determine quality. It was determined that the structure of the concept of "quality of service" in restaurant establishments is formed as a complex of combinations of the quality of products and services, which in turn consists of the following parts: quality of potential; process quality; quality of culture. The structure of the service quality system is given. The quality of the provision of services can be revealed only in the process of their consumption, therefore, important properties for evaluating the quality of services are: technical level, which reflects the materialization of scientific and technical achievements in services; aesthetic level, which is characterized by a complex of properties related to aesthetic feelings and views in establishments of the restaurant business; operational level related to the technical side of product use; technical quality, which implies a harmonious combination of expected and actual consumer properties in the process of using restaurant services. The article determined that the created quality system, which includes process management, has started to work, it is necessary to: use means of motivation for the staff of the restaurant business; train him on both professional issues and quality management of service provision; build the right relationship with consumers of restaurant services; to learn how to manage suppliers in order to receive from them the necessary products of predetermined quality in accordance with HACCP norms. It was also determined that for the successful functioning of a restaurant enterprise, as well as any other establishment, it is necessary to form and maintain an effective management system, a component of which is quality management.

Keywords: restaurant business, product quality, service quality, customer service, quality management system, TQM system, efficiency.

Постановка проблеми. Ресторанний бізнес є одним із найбільш значущих складових індустрії гостинності. На сьогодні галузь ресторанного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції підприємствам ресторанного господарства, потрібно шукати нові шляхи поліпшення фінансово-економічного стану. Постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів закладів ресторанного господарства та підвищення прибутку.

Водночас, ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкуренції. У всьому цивілізованому світі він 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.

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. «Обслуговування на вищому рівні» стало дуже актуальним і важливим елементом ефективного функціонування закладів ресторанного господарства.

Заклади, що лідирують по світовим міркам, приділяють особливу увагу якості обслуговування. Висока якість надання послуг є однією з головних умов успішного і ефективного розвитку ресторану. На сьогодні існує багато методів виявлення неякісних послуг і недоліків у роботі обслуговуючого персоналу. І виходячи з цього, менеджмент закладів ресторанного господарства розробляє методи боротьби з виявленими недоліками. Якість обслуговування визначається в основному обсягом, видами і характером послуг, наданих відвідувачам. Вагомим чинником цієї проблеми є висококваліфікований кадровий потенціал, до якого належать фахівці ресторанного господарства. Ці показники дозволяють охарактеризувати відношення споживачів до результатів діяльності закладів харчування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання якості продукції та послуг у закладах ресторанного господарства висвітлено в

низці праць українських та зарубіжних учених-теоретиків та практиків, серед яких – П’ятницька Г. Т., Аветисова А. О., Левченко М. М., Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження теоретичних основ щодо якості продукції та послуг у закладах ресторанного господарства показало, що за теперішніх умов не вирішеним залишаються питання особливостей перевірки якості ресторанних послуг керівництвом закладу. У зв’язку з вищевикладеним, постає необхідність до дослідження даних питань, враховуючи особливості діяльності сучасних підприємств ресторанного бізнесу.

Формування цілей статті. Мета дослідження полягає в аналізі основних форм перевірки якості продукції та послуг на прикладі закладів ресторанного господарства. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити завдання щодо застосування інноваційних технологій у ресторанному бізнесі, а також необхідності розгляду організації та технології перевірки якості ресторанних послуг.

Виклад основного матеріалу. У сучасній ринковій економіці проблеми щодо якості є одними із найважливіших чинників підвищення рівня життя населення, економічної, соціальної, а також екологічної безпеки.

Якість – це комплексне поняття, яке характеризує ефективність усіх сторін діяльності, таких як: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг [1]. Але найважливішою складовою всієї системи якості є саме якість продукції та послуг, які надаються на підприємствах ресторанного бізнесу.

У сучасній літературі та практиці існують різні трактування щодо поняття якості. Міжнародна ж організація по стандартизації визначає якість (стандарт ІСО-8402) як сукупність властивостей, а також характеристик продукції чи послуг, які додають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби споживачів ресторанних послуг. Цей стандарт увів такі поняття, як «забезпечення якості», «керування якістю», а також «спіраль якості» [2].

Вимоги щодо якості на міжнародному рівні визначені саме стандартами ІСО серії 9000. Перша редакція даних міжнародних стандартів ІСО серії 9000 вийшла наприкінці 80-х років, а також ознаменувала вихід міжнародної стандартизації на цілком новий рівень [2]. Дані стандарти стосувалися безпосередньо виробничих процесів, сфери управління, а також установили певні вимоги до систем

забезпечення якості, які в свою чергу поклали початок сертифікації систем якості.

В уніфікованих стандартах ISO 9000:2005 «Якість» пояснюється як ступінь відповідності сукупності властивих характеристик, а саме відмітних властивостей, вимогам, таким як потреби або очікування, які встановлені та є обов'язковими [3].

Згідно з ISO 9000:2005, послуга – є результатом щонайменше однієї дії, яка обов'язково здійснюється при взаємодії постачальника зі споживачами. Послуга є результатом взаємодії виконавця та його засобів праці із замовником ресторанних послуг.

Враховуючи вищенаведене, структура поняття «якість послуги» в закладах ресторанного господарства формується як комплекс поєднань якості продукції та послуг, яка в свою чергу складається із наступних частин:

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

Структура системи якості послуг наведена на рис. 1.

Формування якості послуг, як видно з рис. 1, починається на стадії її проектування. Так, у фазі дослідження послуг ресторанного бізнесу, розробляють технічні, а також економічні принципи.

Якість роботи безпосередньо пов'язана із забезпеченням функціонування закладу ресторанного бізнесу. До них відносять також якість керівництва і керування закладом (планування, аналіз та контроль). Від якості

планування, а саме розробки стратегії, системи планів, залежить досягнення поставлених цілей і якість діяльності ресторанного підприємства.

Поняття якості послуг формувалося під впливом певних історико-виробничих обставин. Це пов'язане з тим, що кожне суспільне виробництво мало свої об'єктивні вимоги до якості послуг.

Якість у закладу ресторанного господарства і споживача є поняттями взаємозалежними. Заклад повинен піклуватися про якість протягом усього періоду споживання послуг споживачем.

Якість надання послуг може виявлятися лише в процесі їх споживання. Важливими властивостями для оцінки якості послуг є:

- технічний рівень, що відбиває матеріалізацію в послугах науково-технічних досягнень;
- естетичний рівень, що характеризується комплексом властивостей, пов'язаних з естетичними відчуттями і поглядами в закладах ресторанного бізнесу;
- експлуатаційний рівень, пов'язаний з технічною стороною використання продукції (догляд за матеріально-технічними засобами в закладах ресторанного господарства);
- технічна якість, що припускає гармонійне поєднання передбачуваних і фактичних споживчих властивостей в процесі використання ресторанних послуг (функціональна точність, надійність, тривалість терміну використання послуги).

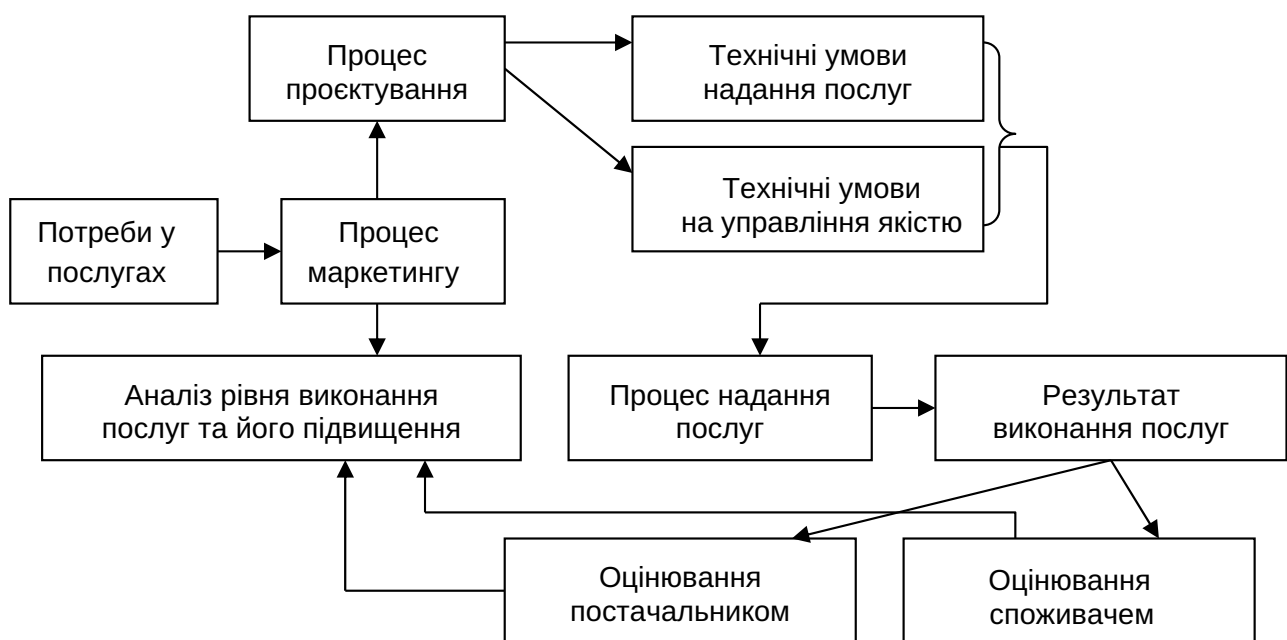


Рис. 1. Структура системи якості послуг ресторанного бізнесу

Отже, для того, щоб та чи інша створена система якості, що включає керування процесами, почала працювати, потрібно:

а) використовувати засоби мотивації для персоналу ресторанного бізнесу;

б) навчати його як по професійних питаннях, так і з питань менеджменту якості надання послуг;

в) вибудувати правильні відносини зі споживачами ресторанних послуг;

г) навчитися так керувати постачальниками, щоб вчасно одержувати від них необхідну продукцію заздалегідь установленої якості, згідно норм НАССР.

У 70-80 роках розпочався перехід від тотального керування якістю до тотального менеджменту якості, який мав назву TQM. У даний період часу з'явилася серія нових міжнародних стандартів на системи якості.

Система TQM є комплексною системою, яка орієнтована на постійне поліпшення якості, мінімізацію виробничих витрат, а також постачання точно в термін. Основна філософія TQM базується на принципі, яка полягає в тому, що поліпшенню немає межі. Стосовно до якості діє цільова настанова, то прагнення до 0 помилок, до витрат – 0 непродуктивних витрат, до постачань ресторанної продукції – точно в зазначений термін. При цьому виникає питання, що досягти цих меж неможливо, але до цього треба постійно прагнути, тому не зупинятися на досягнутих результатах. Дана філософія має спеціальний термін – «постійне поліпшення якості» (quality improvement) [3].

Мотивація досягає того стану, коли персонал настільки захоплений роботою, що відмовляється від частини відпустки, а також затримується на роботі та продовжує працювати. Тому з'явився новий тип працівників – трудоголіки.

Навчання для них стає тотальним і безупинним, що супроводжує працівників протягом усієї їхньої трудової діяльності. Істотно змінюються форми навчання персоналу, стаючи усе більш активними. Так, використовуються ділові ігри, спеціальне навчання, комп'ютерні методи, стажування.

Навчання працівників ресторанного бізнесу перетворюється й у частину мотивації. Тому що добре навчена людина впевненіше відчуває себе в колективі закладу, здатна на роль лідера, має переваги в своїй кар'єрі. Тому в даному випадку розробляються та використовуються спеціальні прийоми розвитку творчих здібностей таких працівників.

У взаємини постачальників та споживачів дуже ґрунтовно включилася сертифікація систем якості на відповідність стандартам ISO 9000.

Для успішного функціонування підприємства ресторанного господарства, а також будь-якого іншого закладу, необхідне формування та підтримання ефективної системи управління, складовою частиною якої є управління якістю [6]. Аналіз умов впровадження ISO серії 9000 має показати можливість, а також доцільність застосування на певному закладі ресторанного господарства даних стандартів.

Даний аналіз доцільно проводити за такими основними напрямками як:

- аналіз діючої системи якості на підприємстві ресторанного господарства. Діяльність із формування, а також впровадження системи управління якістю нормативної та технічної документації, яка встановлює вимоги до технічного рівня та рівня якості продукції на кухні, технологічних процесів приготування страв, а також регламентує порядок проведення контролю якості та випробувань продукції та приготованих страв;

- аналіз стану технологічних процесів приготування страв, повноти та правильності проведення контролю та випробувань даних страв з меню;

- аналіз стану обладнання у виробничих приміщеннях підприємства ресторанного бізнесу, технологічного оснащення, інструментів, енергоносіїв та інших засобів праці на кухні;

- аналіз стану роботи метрологічного забезпечення на підприємстві ресторанного бізнесу;

- аналіз стану дисципліни поставок, а також якості сировини, напівфабрикатів, матеріалів, які можуть використовуватися у виробництві страв згідно меню;

- аналіз забезпечення підприємства ресторанного господарства кадрами та порядку підготовки та підвищення їх кваліфікації, який проводиться на основі даних обстеження діяльності усіх підрозділів підприємства сфери гостинності, що мають вплив на якість продукції;

- під час обстеження підприємства ресторанного бізнесу для отримання інформації використовуються нормативна, технічна, а також планова та звітна документація, статистичні дані та безпосередні спостереження і опитування фахівців даних підприємств [5].

На підставі аналізу організаційних та технічних умов щодо впровадження ISO серії 9000 складається звіт, який в подальшому

може стати базою для визначення керівництвом підприємства ресторанного бізнесу політики та цілей у сфері якості. Крім того, проведений аналіз буде сприяти підвищенню ефективності навчання персоналу ресторанного господарства у сфері якості. Навчання та стажування має провадитися висококваліфікованими фахівцями, які мають досвід практичної роботи у сфері формування систем управління якістю на підприємствах ресторанного бізнесу. Слід відзначити доцільність залучення кваліфікованих фахівців для надання консультаційних послуг під час створення даної системи управління якістю: практика доводить, що персонал закладу ресторанного господарства не завжди може виконати цю складну роботу самостійно.

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 ресторанных 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 [6].

Висновки. Таким чином, практика показує, що високоякісний сервіс не часто входить в пріоритети власників закладів харчування, це також є однією із помилок, яку допускають ресторатори. Менеджер, як найманий, так і власник закладу, усіма своїми діями повинен показувати непохитну віру в важливість підвищення рівня обслуговування. Оскільки чітко, швидко, уважно і доброзичливе обслуговування, а також висококваліфікований офіціант – не лише прибуток для ресторану, а й додаткові засоби для збільшення кількості потенційних клієнтів. І потрібно пам'ятати, що комфорт і сервіс закладу харчування, не те, що думають про них ресторатори, а те, що думають про них гості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гадецька З. М. Сучасні мультимедійні засоби просування готельно-ресторанных та туристичних послуг. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (6). С. 41–44.
2. Завальнюк В. В. Методика проектування підсистеми інформаційного забезпечення стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. № 8(1). С. 82–85.
3. Завальнюк В. В. Принципи управління інноваційною діяльністю. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький*. 2013. № 5 (1). С. 182–185.
4. Онуфрієвич Д. Р., Куклін О. В. Інтернет-комунікації як засіб підвищення рівня лояльності споживачів на ринку ресторанных послуг. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі*. Київ : КНУТД, 2016. С. 126–131.
5. Левицька І. В., Постова В. В. Основні поняття та значення підвищення економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств машинобудування. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. № 4 (04), частина 1. С. 103–108.
6. Рудь Н. Т. Нові методичні підходи до аналізу інноваційного потенціалу підприємства. *Економічний форум*. 2015. № 3. С. 323–332.

REFERENCES:

1. Hadetska Z. M. (2015) Suchasni multymediini zasoby prosuvannya hotelno-restorannykh ta turystychnykh posluh [Modern multimedia means of promoting hotel-restaurant and tourist services]. *Molodyi vchenyi*, no. 2 (6), pp. 41–44. (in Ukrainian)
2. Zavalniuk V. V. (2016) Metodyka proektuvannya pidsystemy informatsiinoho zabezpechennia stratehichnoho upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu pidpriemstva [Methods of designing the subsystem of information support of strategic management of innovation activities of the enterprise]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 8 (1), pp. 82–85. (in Ukrainian)
3. Zavalniuk V. V. (2013) Pryntsyvy upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu [Principles of innovation management]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 5 (1), pp. 182–185. (in Ukrainian)
4. Onufriievych D. R., Kuklin O. V. (2016) Internet-komunikatsii yak zasib pidvyshchennia rivnia loialnosti spozhyvachiv na rynku restorannykh posluh [Internet communication as a means of increasing consumer loyalty

in the market of restaurant services]. *Naukovi rozrobky molodi na suchasnomu etapi*. Kyiv: KNUTD, pp. 126–131. (in Ukrainian)

5. Levytska I. V., Postova V.V. (2016) Osnovni poniattia ta znachennia pidvyshchennia ekonomichnoi efektyvnosti innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv mashynobuduvannia [Basic concepts and significance of increasing the economic efficiency of innovation activities of mechanical engineering enterprises]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, vol. 4 (04), 1, pp. 103–108. (in Ukrainian)

6. Rud N. T. (2015) Novi metodychni pidkhody do analizu innovatsiinoho potentsialu pidpriemstva [New methodological approaches to the analysis of the innovative potential of the enterprise]. *Ekonomichnyi forum*, vol. 3, pp. 323–332. (in Ukrainian)