

It has been determined that the Transcarpathian region on the basis of a favorable geographical position and geopolitical placement; developed transport network; availability of historical and cultural monuments; natural and recreational resources; Hospitality can provide active recreation and healthy public the policy of state, investment that will ensure the development of hotel and restaurant business based on the requirements and needs.

Keywords: hotel and restaurant management, tourism, tourism industry, recreational potential, competitiveness, marketing strategy, infrastructure, advertising.

УДК 640.432.018

ЯКІСТЬ НАДАННЯ ПОСЛУГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ФАКТОР ВПЛИВУ НА УСПІХ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

ПЕРЕГУД В.В., ЧОРІЙ М.В.
Мукачівський державний університет

Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. 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 ресторанних підприємств та підвищення прибутку.

Водночас, ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого - середовищем із високим ступенем конкурентності. 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 ресторанного господарства, 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.

Ключові слова: ресторанне підприємство, процес обслуговування, якість послуг, конкурентоспроможність, управління якістю.

Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг споживачам продукції та послуг громадського харчування. Стандартні вимоги до здійснення послуг задекларовано у ДСТУ 3279-95 "Стандарти послуг. Основні положення", ГОСТ 30335-95 "Услуги населению. Термины и определения", ГОСТ 30523-97 "Услуги общественного питания. Общие требования. У цих нормативно-технічних документах наведено стандартний перелік послуг для населення, що користується продукцією та послугами закладів (підприємств) громадського харчування. Але в ресторанній справі немає меж досконалості, тому й з'являються нові їх види: послуги сомельє, години фортуни та щасливі години для гостей, гастрономічні шоу, урочиста презентація страв, бар-шоу, рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя, караоке, кімнати для паління, знижки постійним

клієнтам, виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг, відпочинок та розваги на воді, землі та в повітрі тощо.

Розширення номенклатури послуг на сучасному етапі розвитку ресторанних підприємств не завжди означає покращення якості цих послуг. Тому актуальним є забезпечення і підвищення якості послуг та обслуговування, оскільки це нерозривно пов'язано з ефективністю виробництва, розвитком зовнішньоекономічних зв'язків, виробництвом конкурентоспроможної продукції та максимальним задоволенням потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях сучасних дослідників П'ятницької Г.Т. Аветисової А.О., Левченко М.М., Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. та ін. [3,4,6,9,10]. Поняття «якість» у процесі розвитку та удосконалення підходів до його визначення зазнало відчутних змін. У ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки.

Якість - комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг і ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції, обслуговування.

Якість - це сукупність властивостей продукції, які визначають ступінь придатності її для використання за призначенням. Міжнародна організація по стандартизації визначає якість (ДСТУ ISO 9000) як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, що додають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби.

Підвищення якості продукції та послуг необхідно розглядати з соціальної, технічної і економічної точок зору. Це знайшло своє відображення і у визначенні поняття "якість продукції".

Якість продукції -- це сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення. Тому слід розуміти, що, по-перше, не всі властивості продукції входять до поняття "якість"; по-друге, якість продукції визначають потребою суспільства; по-третє, задоволення потреб споживачів повинно здійснюватись у точній відповідності з призначенням продукції.

Якість послуги - сукупність характеристик послуги, що визначає її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача.

Якість обслуговування - це сукупність умов, що забезпечують замовнику під час отримання послуги максимально зручні умови за мінімальних витратах часу. Кількісну характеристику властивостей продукції, яка входить до складу її якості, називають показником якості продукції.

Оптимальним значенням показника якості продукції є те, при якому досягається найбільший корисний ефект від експлуатації (споживання) продукції при заданих витратах на її створення та експлуатацію (споживання).

Постановка задачі. Розглянути процес надання послуг у ресторанних підприємствах, існуючі проблеми пов'язані з цим та шляхи підвищення й вдосконалення їх якості.

Результати та їх обговорення. Сьогодні галузь ресторанного господарства характеризується значними динамічними процесами, внаслідок яких виникають зміни структурно-функціональних параметрів закладів, збільшується асортимент продукції різних національних кухонь, розширюється номенклатура додаткових послуг, застосовуються різноманітні форми та методи обслуговування. Усі ці складні й неоднозначні зміни, зумовивши згадані перетворення, змінили вимоги до якості послуг, додавши їм нових характеристик і критеріїв оцінки.

Вагомим чинником цієї проблеми є висококваліфікований кадровий потенціал, до якого належать фахівці ресторанного господарства. Сучасні умови господарювання потребують від них виявлення ініціативи, вміння самостійно і креативно мислити, вирішувати конкретні виробничі ситуації, виготовляти конкурентоспроможну продукцію, надавати послуги високого рівня якості відповідно до вимог міжнародних та вітчизняних стандартів.

Проблема якості обслуговування на сьогоднішній день є актуальною, як вже зазначалося раніше. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів ресторанних підприємств. Як правило, підприємства, що не приділяють достатньої уваги даному питанню, не виживають у конкурентній боротьбі. Нині технологія обслуговування на вітчизняних підприємствах масового харчування, технічний рівень обладнання підприємств ресторанного бізнесу є значно нижчого рівня, ніж їх аналоги в індустріально розвинених країнах. Проте оперативне здійснення модернізації та запровадження нової технології обслуговування є тим шляхом, що створює умови для надання високоякісних послуг, які користуватимуться попитом у споживачів.

Термін "якість обслуговування" тлумачиться як сукупність характеристик процесу і умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених або ймовірних потреб споживача [4, стр.209].

Клієнти очікують, що їх обслуговуватиме команда професіоналів. Їм потрібно щоб будь-яка людина в компанії закладу могла допомогти їм у виборі, пояснила відмінності і визначила продукт, який відповідає їх очікуванням.

Метою в обслуговуванні є створення відкритої атмосфери, так звертаючись до гостя по імені, можна домогтися його прихильності. Гості та співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі та довірі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно створювати такі умови, щоб кожний гість міг звернутися до співробітника персоналу зі своїми побажаннями і його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку. Необхідно постійно проявляти турботу про гостя. Культура поведінки співробітника містить у собі всі складові зовнішньої і внутрішньої культури, а саме: правила стосунків і звертання, вміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи і колективу. Для працівників ресторанної сфери дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини.

Ввічливість - основа етикетного спілкування, а етикет - це мова без слів, за допомогою якої можна багато чого сказати і багато що побачити. Етикет неможливо замінити словами. З того як людина тримається, як вона увіходить, сідає, їсть, як тримає руки, як вимовляє слова, складають враження про рівень її культури, про її розум, ділові якості та моральні чесноти. Справедливо це чи ні, але від першого враження часто залежить прийняття важливих рішень. Від першого враження, від того, як людина вміє себе показати, залежить здійснення мети і бажань, успіх і задоволення.

Тому важливим є дотримання стандартів обслуговування в усіх аспектах, оскільки це допомагає уникнути помилок, зберегти та примножити кількість клієнтів. Саме вони виявляють рівень професіоналізму компанії, її ставлення до своїх клієнтів. Задоволений відвідувач не просто повернеться ще раз, щоб знову залишити гроші у даному закладі – він розкаже про нього іншим або навіть сам приведе нових клієнтів. Адже, як відомо, найкраща та найефективніша реклама – особиста рекомендація.

Паралельно із дотриманням стандартів важливо приділяти увагу навчанню персоналу контактної зони, підвищуючи самооцінку тих, хто в закладі займається обслуговуванням. Простіше кажучи, необхідно навчати ефективніше вступати в

контакт з відвідувачами, приймати замовлення, прибирати посуд, вчасно замінювати попільніці і т.п. Менеджер повинен виділяти і нагороджувати працівників, які надають бездоганний сервіс.

Також потрібно давати можливість персоналу самостійно вирішувати незначні проблеми, які можуть виникнути при обслуговуванні, але вирішувати їх таким чином, щоб в першу чергу залишився задоволений сам гість.

Важливо пам'ятати про забезпечення обіцяного в рекламних роликах, банерах, де часто зустрічаються слогани «Все для гостя», «Ми любимо наших гостей», «Клієнт завжди правий». На жаль, практика часто показує що все проходить інакше, при чому відвідувачі дуже швидко в цьому переконуються. Хороший сервіс – це дещо інше, ніж звичайна обіцянка комфорту, графічно зображена.

Однією з основних вимог до послуг ресторанного господарства є вимога безпеки. Для того, щоб послуга під впливами внутрішніх і зовнішніх небезпечних факторів, впливаючи на споживача, не підставила його життя, здоров'я й майно ризику, виробничий і обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку й забезпечувати дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни при виробництві, зберіганні, реалізації й організації споживання кулінарної продукції.

Дослідженням даного питання займалися вчені з Техаського університету та японські фахівці.

Дослідники з Техаського Університету виявили, що клієнти оцінюють якість обслуговування, звертаючи увагу на такі п'ять факторів:

- Ефективність – здатність якісно забезпечити саме те, що було обіцяно;
- Задоволення – володіння знаннями ввічливої поведінки з клієнтами, та вміння створити атмосферу довіри, професіоналізму і надійності;
- Презентація – зовнішній вигляд приміщень і обладнання, продавців та інших співробітників компанії;
- Емпатія – турботливе та уважне ставлення до клієнтів;
- Реакція – готовність оперативно допомогти.

У ресторанах, кафе й барах повинні бути створені певні умови для відпочинку, розваг, культурного проведення часу. Споживачі, що не відчувають дефіциту часу, звертають увагу на такі деталі, як зміст музичної програми, оформлення страв, посуду, столових приладів, тому послуги ресторанного господарства повинні характеризуватися естетичністю. Важливу увагу потрібно приділити гармонійності архітектурно-планувального рішення, зовнішньому вигляду обслуговуючого персоналу, оформленні і подаванні кулінарної продукції. Кулінарна продукція повинна мати приємні смакові якості, а також готуватися з дотриманням усіх вимог технології. Відомо, що люди приходять у ресторани, кафе, бари не для того, щоб прийняти певну кількість білків, жирів і вуглеводів, а з апетитом поїсти, тому в цьому випадку важливим фактором є красиво оформлені страви, оскільки зовнішній вигляд страв впливає на апетит, а отже й на їхню засвоюваність.

Важливо завжди пам'ятати, що кухня, зал і персонал надають гостям продукт, з якого формується враження відвідувачів про заклад, створюючи його репутацію, а з її допомогою окуповуються вкладення за рахунок повторних візитів та рекомендацій.

Аналіз іноземних літературних джерел дав можливість зробити висновок, що якість обслуговування це – ключ до комерційного успіху, а тому вона заслуговує на особливу увагу.

Японські фахівці виділяють п'ять показників якості обслуговування.

1) Внутрішня якість (непомітна споживачу), яка проявляється в якості організації виробництва, технологічного обслуговування обладнання, роботи роздавальні, буфету;

2) Матеріальна якість (помітна споживачу) відображена у дизайні приміщень, меблів, якості посуду, скла, білизни, оздоблення страв;

3) Нематеріальна якість (помітна споживачу) представлена у вигляді музичного супроводження, достовірності реклами, комфорту, естетичного задоволення;

4) Час обслуговування (помітна споживачу) включає час очікування, оперативність та швидкість обслуговування;

5) Психологічна якість обслуговування (помітна споживачу) проявляється у гостинності, ввічливості, доброзичливості, чуйності обслуговуючого персоналу.

Також якість обслуговування визначається обсягом, видами і характером послуг, наданих відвідувачам. Цей показник дозволяє охарактеризувати відношення споживачів до результатів діяльності закладів харчування.

До основних чинників, що визначають якість обслуговування, відносяться: зручність розташування і правильний вибір режиму роботи підприємства, якість кулінарної продукції, що випускається, дотримання санітарно-гігієнічних вимог до утримання приміщень, посуду і меблів, швидкість обслуговування, комфорт в обідньому залі, ввічливість, пильність і зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу. Ввічливість, пильність і зовнішній вигляд персоналу створюють обстановку гостинності, забезпечують гарний настрій у відвідувачів, спонукають їх до повторних і кількаразових відвідувань даного підприємства. При визначенні якості обслуговування встановлюється сукупність властивостей процесу обслуговування, функціональних, технічних, естетичних, санітарно-гігієнічних, які задовольняють потреби людини чи групи людей відповідно до свого призначення. При цьому якість обслуговування регламентується як узагальнене поняття, складовими якого є оптимальність складу основних та додаткових послуг, економія часу споживачів, якість продукції, експлуатаційна якість приміщень для споживачів, технічна досконалість прийомів і методів праці персоналу, дотримання правил торгівлі і норм поведінки персоналу.



Рис. 1. Фактори формування якості обслуговування

Критерієм якості обслуговування у закладах ресторанного господарства є її відповідність системі вимог, що впливають із сучасного рівня техніки, організації виробництва і обслуговування, виробничих відносин, моральних і правових норм суспільства, рівня розвитку архітектурно-художнього конструювання, санітарно-гігієнічних норм, сумлінного ставлення до праці.

При оцінці якості обслуговування порівнюють фактичні показники якості з показниками, що прийняті за базу даного порівняння. Це дозволяє встановити ступінь досконалості процесу обслуговування і його придатність задовольняти потреби споживачів.

Якість обслуговування – це сукупність властивостей, упорядкованих в систему за своєю структурою. При цьому якість нульового рівня являє собою складні

властивості, що характеризують процес обслуговування в найбільш узагальненому вигляді. При декомпозиції складні властивості розкладаються на більш прості

Важливим є показник, що характеризує якість праці обслуговуючого персоналу, їх кваліфікований рівень. Він передбачає перш за все опанування професійних знань та навичок, високу етичну та естетичну культуру.

До узагальнюючого показника якості обслуговування входять такі групові показники: комплексність обслуговування, якість продукції, якість праці обслуговуючого персоналу, експлуатаційна якість приміщень для споживачів.

Комплексність обслуговування включає показники, які характеризують реалізацію та організацію споживання продуктів харчування й організацію відпочинку; «якість продукції» - показники, що характеризують харчову цінність продукції та її асортимент; «якість праці обслуговуючого персоналу» - показники, що характеризують час очікування відвідувачами початку обслуговування, техніку роботи персоналу, його культуру поведінки, дотримання санітарно-гігієнічних норм, дотримання правил торгівлі; «експлуатаційні якості приміщень» - показники, що характеризують відповідність приміщень функціональному їх призначенню, естетичним, санітарно-гігієнічним вимогам їх оснащення.

Найвагомішими є показники, що характеризують якість продукції. Це закономірно, оскільки головним завданням діяльності закладу ресторанного господарства є задоволення потреб населення в продуктах харчування.

Комфорт, як одиничний показник якості обслуговування, передбачає не тільки найсуворіше виконання вимог санітарії і правил особистої гігієни всім обслуговуючим персоналом підприємства, але і забезпечення необхідних санітарно-гігієнічних і естетичних умов для споживачів в торговому залі та інших торгових приміщеннях. Сюди відносяться також рівень музичних і розважальних програм, майстерність їх виконання, тобто створення обстановки, в цілому сприятливої для відпочинку.

Відвідувачі віддають перевагу тим закладам, які краще оформленні, пропонують більше вигод для відпочинку, де реалізація продукції здійснюється безперебійно. У зв'язку з цим велике значення має місце розташування підприємства і режими роботи торгового залу, які визначають готовність підприємства задовольнити потреби в продукції і послугах ресторанного господарства по мірі їх появи як у часі, так і в просторі. Місце розташування повинно гарантувати повну доступність підприємства споживачам, для обслуговування яких воно призначено.

Наприклад, дуже важливо передбачити гарний вигляд із вікон торгового залу, а там, де це не можливо, прикрасити інтер'єр шторами, вітражами та іншими витворами прикладного мистецтва. Бажано, щоб зона розміщення цих підприємств була якомога менше забруднена.

Вимоги до якості продукції і послуг ресторанного господарства по мірі зростання матеріального добробуту споживачів, їх культурного рівня безперервно ростуть. Особливо це стосується до якості обслуговування. Так, за останні роки зросла популярність неординарних, «екзотичних» закладів ресторанного господарства, де оригінально оформлений інтер'єр торгового залу; посуд, меню і одяг офіціантів відповідають типу і назві підприємства, музична програма гармонійно доповнює загальне враження.

Культура і якість обслуговування безпосередньо впливають на результати господарської діяльності підприємств масового харчування. З ростом культури обслуговування росте число споживачів, збільшується товарообіг, підвищується рентабельність підприємств, знижуються витрати.

Номенклатура критеріїв оцінювання якості послуг ресторанного господарства, з моєї точки зору, є такі: соціальна адресність, культура обслуговування, комфорт,

інтер'єр, номенклатура послуг, інформативність, освітньо-кваліфікаційний рівень, технологічні розробки, заготівельна сировина, обладнання та устаткування з відповідними характеристиками, що ідентифікують процеси діяльності закладу.

Висновки

Сьогодні галузь ресторанного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нові шляхи покращення процесу обслуговування споживачів ресторанних підприємств, оскільки якісне надання послуг - є невід'ємною складовою ефективності роботи закладу ресторанного господарства, завдяки якій можливо втримати споживача.

Характерною рисою багатьох ресторанних підприємств є недостатній рівень надання послуг, що спричинений низьким рівнем кваліфікованості персоналу. Виявлено ряд помилок, які найчастіше допускають ресторатори, зокрема ті, що пов'язані з недотриманням стандартів обслуговування, недостатньою повноваженістю обслуговуючого персоналу, низьким рівнем навчання персоналу. Керівник повинен виховувати душевність, чуйність, комунікативний професіоналізм офіціантів і адміністраторів. Щоб глибоко розуміти поведінку працівників та впливати на неї належним чином, менеджерам ресторанного бізнесу потрібно володіти теорією й методами мотивації в повному обсязі, вміти визначати причини низької продуктивності праці й ефективно мотивувати працівників до її підвищення.

Якість продукції залежить від значної кількості факторів, які можна об'єднати в 4 групи:

- технічні фактори, до яких належать конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення та ін.;

- організаційні фактори - це розподіл праці, спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації та ін.;

- до економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін.;

- суб'єктивні фактори. В забезпеченні якості продукції значну роль відіграє людина з її професійною підготовкою, фізіологічними й психологічними особливостями, які по-різному впливають на перелічені вище фактори.

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 чітке, швидке, уважне 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.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алферов Н.П. Управление качеством: учебник/ Н.П. Алферов - М.: ИНФРА-М, 2003. - 374с.
2. Барановський В.А. Ресторанный бизнес: навчальний посібник/ В.А. Барановський - РнД.: Фенікс, 2005. - 220 с.
3. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. «Организация гостинице-ресторанного обслуживания». Навчальний посібник – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 346с

4. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) [текст] підручник / / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 304 с
5. Нечаюк Л.І. Готельно – ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник/ Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк. - К.: ЦНЛ, 2006. - 348с.
6. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. «Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент». Навчальний посібник.3-тє видання. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 344 с.
7. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структура переорієнтації: монографія / Г.Т. П'ятницька. – К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2007. – 465 с.
8. Структурні зміни на ринку ресторанного господарства [Аветисова А.О., Левченко М.М., Палій Н.С. та ін] / за заг. ред. А.О. Аветисовой. - Донецьк: ДонДУЕТ ім.Туган-Барановського, 2003. - 177с.
9. <http://knowledge.allbest.ru>
10. <http://pidruchniki.com/>

АННОТАЦІЯ

КАЧЕСТВО ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА УСПЕХ РЕСТОРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ресторанный бизнес является одной из наиболее значимых составляющих индустрии гостеприимства. Сегодня отрасль ресторанного хозяйства набирает быстрые темпы развития. Чтобы устоять на рынке и удержать существующие позиции, предприятиям ресторанного хозяйства нужно искать новые пути улучшения финансово-экономического состояния.

Постоянно возникает потребность находить новые варианты совершенствования процесса обслуживания потребителей ресторанных предприятий для успешного существования на рынке ресторанных услуг и повышения прибыли.

Ресторанный бизнес, с одной стороны, является одним из средств высоколиквидного использования капитала, с другой – средой с высокой степенью конкурентности. Во всем цивилизованном мире он считается одним из наиболее распространенных видов малого бизнеса, вследствие чего учреждения и предприятия ведут между собой постоянную борьбу за сегментацию рынка, за поиск новых и удержание постоянных потребителей их продукции и услуг.

Проблема качества обслуживания на сегодняшний день является актуальной для отечественных предприятий, фирм и организаций, в том числе и для ресторанного бизнеса. Качество обслуживания – неотъемлемая часть эффективности работы заведения ресторанного хозяйства, благодаря которой возможно удержать потребителя и иметь высокий уровень конкурентоспособности. «Обслуживание на высшем уровне» стало очень актуальным и важным элементом эффективного функционирования заведений ресторанного хозяйства.

Заведения ресторанного хозяйства, которые лидируют по мировым меркам, уделяют особое внимание качеству обслуживания. Высокое качество предоставления услуг является одним из основных условий успешного и эффективного развития ресторана. Существует много методов выявления некачественных услуг и недостатков в работе обслуживающего персонала. Исходя из этого, менеджмент заведений ресторанного хозяйства разрабатывает методы борьбы с явными недостатками. Качество обслуживания определяется в основном объемом, видами и характером услуг, которые предоставляются посетителям. Весомым фактором решения данной проблемы является высококвалифицированный кадровый потенциал, к которому относятся специалисты ресторанного хозяйства. Эти показатели позволяют охарактеризовать отношения потребителей к результатам деятельности заведений питания.

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

SUMMARY

QUALITY OF SERVICE AS A STRATEGIC FACTOR OF SUCCESSFUL RESTAURANT BUSINESS

The restaurant business is the main part of hospitality industry. The industry of restaurant business gets to rapid development today. The enterprises of restaurant business must finding the new ways to improve the financial and economical state to resist in the market and keep the existing positions.

For the successful presence in the restaurant market services and increasing profits occurs constantly necessity to find new ways of improving the process of customer of service and restaurant business.

The restaurant business is one of the highly liquid means of the use of capital, in the one hand, and environment in the other hand. It's the one of the most popular type of small business, because institutions and enterprises are fighting among themselves for the market segmentation, for finding a new consumers and for retaining loyal consumers for their products and services in a whole world.

The problem of service quality is actual today for whole domestic enterprises, companies, organisations and for restaurant business. The quality of service is a part of efficiency of the catering industry, which can keep customers and have a high level of competitiveness.

«The service on the top level» is very popular and important element of the efficient functioning of restaurant enterprises.

The restaurant enterprises are paid attention to the quality of services, which are the leaders in world standarts. The high quality of service is the one of the main condition for successful and effective development of the restaurant. There are many methods of identify poor quality services and deficiencies in the work of staff today. The management of the restaurant companies is developing methods dealing with identify shortcoming. The quality of service is determined by the types and nature of services, which provide to customers. A significant factor of this problem is a highly qualified personal, which includes specialists of restaurant business. This indicators are characterized the attitude of customers to the results of the activity of catering establishments.

Keywords: *quality of service, enterprises of restaurant economy, competitiveness, quality management.*

УДК 336.201

ПОДАТКОВА РЕФОРМА В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

ІГНАТАШИН М.В., МИХАЛЬЧИНЕЦЬ Г.Т., ЛУНИК В.Р.

Мукачівський державний університет

Наукове дослідження присвячене аналізу податкової реформи та оптимізації податкового навантаження. Податки як економічне явище носять відносно самостійний характер і їх розвиток відбувається на основі об'єктивних закономірностей.

Одним із головних чинників, що впливають на ефективність діяльності суб'єктів господарювання, є податкові платежі. Саме система оподаткування значною мірою визначає господарські витрати на всіх стадіях розвитку бізнесу, а іноді і його напрями. За таких обставин зростає роль ефективного управління податковими платежами, які суттєво впливають на величину результатів діяльності підприємств різних форм власності. Численні зміни у податковому законодавстві ускладнюють функціонування механізму оподаткування суб'єктів господарювання в Україні. Нарахування та сплата податків і зборів є складним процесом, потребує значних коштів на організацію та ведення обліку і відповідної звітності платниками податків.

Метою нашого дослідження є аналіз аспектів податкових реформ та - взаємозв'язку між рівнем оподаткування та використання законної оптимізації податкового навантаження у межах чинного законодавства з метою мінімізації суб'єктами господарювання податкових платежів.

Результатом нашого дослідження став пошук оптимальних управлінських рішень, спрямованих на мінімізацію зобов'язань щодо обов'язкових платежів у межах чинного законодавства.

Наукова новизна і практична значущість отриманих результатів полягає у виокремленні критеріїв за допомогою яких можна узаконити зменшення податкового тиску на суб'єктів підприємництва та забезпечити розвиток легального бізнесу.

Дана тематика має перспективу дослідження після прийняття проекту компромісного Податкового кодексу, що дасть можливість порівняти наскільки зменшився податковий тиск на суб'єктів підприємництва і наскільки буде спрощено адміністрування податків.

Ключові слова: *податкове навантаження, оптимізація, податкові платежі, мінімізація, легальні схеми.*

Ефективна податкова система значною мірою є визначальним фактором економічного зростання, покращення інвестиційного клімату та зростання добробуту.

Важливою передумовою такої податкової системи є узгодження інтересів платників податків та держави.