

УДК 641.887.001.5:640.43

Денис Давидов

студент III курсу
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник:

Оксана Давидова

д. екон. наук, професор,
декан факультету менеджменту,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ІНДУСТРІЇ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Формування стратегії управління якістю в індустрії готельно-ресторанного бізнесу в Україні ґрунтується на стандартизації. Стандартизація – це процес підтвердження відповідності об’єкта стандартизації вимогам стандарту.

У сучасних умовах, усвідомлюючи виняткове значення якості обслуговування, багато готелів розробляють і приймають у своїх структурах корпоративні, професійні та ділові стандарти поведінки. Однак без попередньої підготовки і створення механізмів, що позитивно впливають на персонал, а інколи замість корисного ефекту від їх впровадження на підприємстві отримують нові проблеми. Для запобігання цьому на підприємствах західних конкурентів дотримуються певних правил.

По-перше, стандарти, згідно з якими співробітники будують свою поведінку на роботі, досить реальні та відповідають тим професійним навичкам, якими володіє персонал. В іншому разі ці документи будуть формальними і викличуть лише скептицизм або іронічне ставлення з боку співробітників. Фахівці з корпоративної етики рекомендують

підлаштовувати вимоги посадових інструкцій під відповідні механізми природних емоцій людини: почуття сорому, провини, гордості, відповідальності.

По-друге, правильні стандарти починаються із загальних цінностей, принципів і правил поведінки, характерних для підприємств гостинності. Унаслідок цього в стандарти поведінки слід вводити загальноприйняті правила поведінки, які допомагають регулювати відносини в готелі в цілому. Наприклад, із кодексу професійної етики працівників готельного бізнесу в стандарти поведінки зазвичай вводять загальні принципи, турботи про гостя: надання необхідної допомоги, чесність, порядність, відповідальність.

По-третє, на підприємствах гостинності повинні бути механізми, що дають змогу регулювати, оновлювати й добудовувати нові модулі в стандартах поведінки відповідно до мінливих умов. Такі дії необхідні для збереження емоційної та живої корпоративної культури готелю або ресторану.

По-четверте, текст змісту внутрішнього стандарту поведінки не повинен мати статус юридичного документа, а наведені в ньому правила повинні бути викладені доступно і викликати довіру і бажання слідувати їм.

Однак необхідно широко і творчо використовувати прогресивний світовий досвід. Свою спроможність підтвердила, наприклад, комплексна система «загального управління якістю» – TQM (Total Quality Management) – це система дій, спрямованих на задоволення споживачів, зростання можливостей персоналу, більш високі довгострокові доходи і менші витрати.

Ключові елементи процесу управління якістю, які впливають на постановку основних цілей готелів та роботу кожного окремого її співробітника, полягають у такому [1]:

- точне формулювання значення поняття якості по кожному конкретному підприємству гостинності;
- розуміння персоналом відмінностей між поняттями якості та цінності;
- сприйняття підвищення якості як процесу;
- розуміння зв'язку між якістю надаваної послуги і корпоративною культурою.

Два основні принципи концепції:

- 1) витрати на запобігання проблеми завжди менше, ніж вартість засобів, витрачених на виправлення допущених помилок;
- 2) висока якість роботи досягається лише тоді, коли основні зусилля спрямовані на задоволення потреб гостя.

У системі якості особливе значення надається попереджувальним діям, які дають шанс уникнути проблем, не виключаючи при цьому можливостей реагувати і виправляти недоліки у міру їх виникнення. Для управління якістю важливі процеси, які відстежують продукти і параметри, крім того, ключовим моментом також є прив'язка системи управління якістю наявної схеми бізнес-процесів готелю або ресторану. Внаслідок цього, спроба почати управляти якістю призводить до реінжинірингу бізнес-процесів, які відбуваються з двох основних причин.

По-перше, на початковій стадії побудови системи управління якістю кожний етап надання послуги повинен бути проаналізований і оцінений внесок у кінцевий результат, а також оцінені результативність (оцінювання отриманих результатів поставленого завдання) і ефективність (зіставлення витрат з отриманими результатами). Усе це, безумовно, дасть інформацію для оцінювання загальної ефективності.

По-друге, управління якістю завжди чітко орієнтоване на споживача і передбачає горизонтальний процес, тому що бізнес-продукти або відомості про них передаються від одного функціонального підрозділу до іншого по всьому технологічному ланцюжку надання цієї послуги готелем або рестораном.

Ключові слова: якість, управління, підприємство, гостинність, обслуговування.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник / О. Ю. Давидова. – Харків : Іванченко І. С., 2018. – 488 с.