

університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. № 20. Ч. 3. С. 174-177.

3. Дудко П.М., Георгієва В.В. Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства. URL: <http://surl.li/fxbcx>

Міхова О. К.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к. т. н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Кунділовська Т. А.

ЕКСПЕРТНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього [1].

Послуга ресторанного господарства надається шляхом виробництва кулінарної продукції, реалізації її та готової продукції через організацію споживання у закладах ресторанного господарства поряд із забезпеченням дозвілля індивідуальних споживачів. Послуги ресторанного господарства спрямовані на задоволення матеріальних і нематеріальних потреб споживачів (перш за все – у їжі, а також у спілкуванні, дозвіллі, розвагах, проведенні вільного часу).

Ресторанним послугам, як і усім послугам, властиві загальні та специфічні ознаки:

- високий рівень невизначеності результату під час покупки;
- виробництво, надання та споживання послуги відбувається водночас, тобто невід'ємне;
- послугу не можливо зберігати (тому часто бронювання столику в ресторані платне);

– послугу не можливо відчуту, вона нематеріальна й не має зазначеної форми, розміру, кольору та запаху (наприклад, сервіровка блюд, обслуговування клієнтів, розважальні послуги) [2, с. 418].

Слід також ураховувати особливості ресторанних послуг, що обумовлює необхідність виділення специфічних їх характеристик:

– ексклюзивність (ресторанні послуги у великому ступені створюються по індивідуальному замовленню клієнта);

– різноманітність послуг (наприклад, існує велике число національних, традиційних кухонь);

– важкість стандартизації;

– гетерогенність із погляду задоволення потреб (залежно від місця їх надання);

– диференційований рівень вартості й якості (послуги надаються ресторанами, кафе, барами та іншими закладами, від місця й структури залежить їхня якість, відповідно, і ціна; асортимент страв і напоїв змінюється протягом дня);

– суб'єктивність – різне сприйняття послуги клієнтом залежно від індивідуальних особливостей, уподобань, від факторів, що впливають на клієнта);

– публічність надання послуги;

– локальний характер ресторанного господарства [3].

Для оцінювання якості послуг у закладах ресторанного господарства використовуються, як правило, такі показники:

1. Показник, що характеризує якість праці обслуговуючого персоналу, який передбачає:

– технологічність процесу обслуговування;

– етику;

– зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу;

– рівень професійної підготовки персоналу.

2. Показник, що характеризує якість продукції:

– відповідність асортименту продукції типу і класу закладу ресторанного господарства;

– якість оформлення страв під час їх подання.

3. Показник, що характеризує рівень гостинності закладу:

– музичне обслуговування;

– умови відпочинку;

– інтер'єр зали;

– обладнання, столовий посуд, набори, столова білизна (стильова єдність);

– мікроклімат (шум, освітлення, температура, вібрація, вологість повітря);

– екологічність та безпека запропонованих послуг.

4. Показник, що характеризує естетичність:

– виразність дизайну, відповідність приміщень естетичним вимогам, стилю;

– оригінальність та гармонійність в оформленні приміщень.

5. Показник, що характеризує якість матеріальної бази закладу:

– відповідність приміщень санітарно-гігієнічним вимогам;

– санітарний стан приміщень, столового посуду, білизни [4, с. 321].

Оцінка якості послуг, які надають ресторани заклади, може бути проведена різними експертними методами, застосування яких залежить від виду сервісного обслуговування та враховує особливості послуг (див. табл. 1).

Таблиця 1

Методи оцінки якості ресторанних послуг

Тип методу	Сутність методу	Назва методу
Характеристичні методи	Базуються на визначенні усіх елементів та характеристик процесу надання послуг	Метод SERQUAL Метод SERVPERF Метод розгортання функції якості QFD («Будинок якості»)
Якісні методи	Базуються на оцінці «критичних інцидентів (випадків)»	Метод «критичних інцидентів (випадків)» Метод «таємного покупця»
Кількісні методи	Базуються на кількісній оцінці основних характеристик процесу надання послуг	Метод SERQUAL Метод SERVPERF-M

Джерело: складено автором за даними [5-9]

В табл. 2 наведена порівняльна характеристика експертних методів оцінки якості ресторанних послуг.

Таблиця 2

Переваги та недоліки експертних методів оцінки якості ресторанних послуг

Метод оцінки	Переваги метода	Недоліки метода
Метод SERVQUAL	<ul style="list-style-type: none"> - простий у використанні; - може бути застосований власником бізнесу; - дозволяє виявити «критичні точки» в якості обслуговування або надання послуги 	<ul style="list-style-type: none"> - дуже велика анкета (при її заповненні увага респондентів втрачається, можна отримати недостовірні результати); - не надає можливості докладної оцінки усіх елементів якості; - велика залежність між очікуваннями та сприйняттям послуги
Метод SERVPERF	<ul style="list-style-type: none"> - простий у застосуванні; - наочність результатів оцінки 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність взаємозв'язку між оцінкою якості сервісу та задоволеністю споживачів; - велика залежність від очікуваннями та сприйняттям послуги
Метод діаграмного проектування («Будинок якості» або QFD)	<ul style="list-style-type: none"> - дозволяє перевести побажання споживачів у технологічні характеристики та специфікації послуг; - може використовуватись для оцінювання кожної конкретної задачі на кожному рівні надання послуги; - враховує взаємний зв'язок сприйняття різних елементів обслуговування 	<ul style="list-style-type: none"> - для аналізу необхідний великий масив суб'єктивних даних; - внесення результатів опитування споживачів в діаграму «Будинок якості» є складним та трудозатратним процесом; - «Будинок якості» може вийти дуже великим та складним
Метод «критичних випадків»	<ul style="list-style-type: none"> - дозволяє провести докладний аналіз якості послуг, що надаються 	<ul style="list-style-type: none"> - складно використовувати у тих закладах, де відсутній безпосередній контакт між споживачем та працівником закладу; - складність трансформації якісних показників послуг, які отримані в результаті оцінки їх якості, в кількісні
Метод «Таємний покупець»	<ul style="list-style-type: none"> - анкета чітко структурована; - оцінка проводиться безпосередньо у момент обслуговування; - дозволяє закладу сфери послуг отримати достовірну оцінку якості послуг, що надаються 	<ul style="list-style-type: none"> - витратний метод (за часовими та фінансовими характеристиками); - невелика кількість кваліфікованих експертів, які працюють у даному напрямку; - достатньо трудомісткий метод

Джерело: складено за даними [5-9]

Отже, завдяки застосуванню різних методів експертних оцінок якості надання ресторанних послуг отримують інформацію, на підставі якої вирішуються завдань різної значимості і на різних рівнях управління з метою підвищення якості надання послуг та ступеня задоволення споживачів, що сприятиме збільшенню ефективності економічної діяльності закладу.

Список використаних джерел:

1. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004 [Чинний від 2004-07-01]. К.: Держспоживстандарт України. 2004. 16 с. (Національний стандарт України).
2. Кукліна Т. С., Корнієнко О. М. Дослідження якості послуг у закладах ресторанного господарства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 11. 2016. С. 416-419.
3. Звягінцева О. Б. Дослідження особливостей ресторанних послуг у ході розробки комплексу маркетингу харчових підприємств. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2011/v3/NV-2011-V3_53.pdf (дата звернення: 31.03.2023).
4. Науменко М. О., Гура Т. В., Ковширко В. С. Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин. *Вісник економіки транспорту і промисловості. Економіка підприємства*. 2013. № 42. С. 319-322.
5. Дикань В. В., Гречана О. І. Методичні підходи до оцінки якості послуг. *Соціальна економіка*. 2018. № 55. С. 97-106.
6. Іванків О. Я. Сучасні підходи до оцінки якості послуг. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/84.pdf> (дата звернення: 31.03.2023).
7. Русанова С. В., Сабліна О. О., Коваленко С. М. Дослідження ринку як основна складова розгортання функції якості (QFD). URL: <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/2942/1/51-58.pdf> (дата звернення: 01.04.2023).

8. Глушкова Т. С. Використання методики «Таємний покупець» у ресторанному бізнесі. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/415.pdf> (дата звернення: 01.04.2023).
9. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Особливості оцінювання якості туристичних послуг. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*. 2017. № 27. № 2. С. 62-64.

Морозенко К. О.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., професор кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Герасименко В. Г.

КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Невід'ємним елементом діяльності закладів ресторанного господарства є організація обслуговування їх відвідувачів. Сьогодні закладам ресторанного господарства, для того щоб вижити в скрутних економічних умовах та конкуренції, необхідно забезпечити такий рівень обслуговування, який б дав йому можливість користуватися значним попитом на ринку.

В науковій літературі відзначається, що для досягнення вказаних цілей ресторан повинен мати високий технічний рівень оснащення, сучасні приміщення для виробництва кулінарної продукції, світлі та затишні торгові зали для прийому відвідувачів, широкий асортимент страв та напоїв, що відповідають вимогам високої якості. Ресторани класу люкс, наприклад, крім торгового залу повинні мати ще й банкетний зал, бар, коктейль-хол з барною стійкою.

Сучасні методи організації обслуговування в закладах ресторанного господарства мають на меті наблизити ресторани до споживача, зробити їх доступнішими, зменшити тривалість їх отримання, створити найбільші зручності для клієнта. Необхідно відзначити, що в закладах ресторанного господарства методи організації обслуговування залежать від