

казати, що бар'єри виходу з індустрії ресторанного господарства мегаполісу представляють додаткову перешкоду для входу нових підприємств в індустрію, тобто по суті різновид бар'єрів входу.

Бар'єри входу можуть бути обумовлені особливостями індустрії ресторанного господарства мегаполісу (технологія власного виробництва, стартові і поточні витрати, обсяг попиту, зрілість і розвиненість індустрії, тип конкуренції) або поведінкою підприємств – рестораних закладів, які діють в індустрії (включаючи анти конкурентні дії та угоди).

Велике значення мають також бар'єри входу, пов'язані з дією таких факторів, як звуження географічних кордонів індустрії ресторанного господарства мегаполісу внаслідок зростання транспортних витрат, зростання міжнародної конкуренції в умовах обмеженого попиту.

З точки зору наслідків для розвитку індустрії ресторанного господарства мегаполісу найбільш негативні адміністративні бар'єри. Вони засновані на різних діях органів державної влади всіх рівнів з регулювання економіки, включаючи податкову, тарифно-митну політику, ліцензування окремих видів діяльності, державну допомогу суб'єктам індустрії ресторанного господарства мегаполісу, розподіл бюджетних коштів на закупівлі для державних потреб [3]. Також виділяють ряд економічних бар'єрів.

Особливістю української економіки є відсутність повноцінних інформаційної, фінансової та правової інфраструктур індустрії ресторанного господарства мегаполісу, які створюють в розвинених країнах необхідне середовище для ефективної конкуренції. Наявність цих інститутів здатне значно підвищити інвестиційну привабливість і потенціал індустрії ресторанного господарства мегаполісу.

1. П'ятницька Г. Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні / Г. Т. П'ятницька, В. С. Найдюк // Економіка та держава. - 2017. - № 9. - С. 66-73.
2. Митник С. І. Концептуальні підходи до створення ресторану і організації його діяльності / С. І. Митник // Торгівля, комерція, підприємництво. - 2014. - Вип. 17. - С. 48-50.
3. Филлок Г. М. Адміністративні бар'єри входу на ринок в Україні та їх вплив на розвиток підприємництва / Г. М. Филлок // Економіка України. - 2013. - № 6. - С. 20–30

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

Жихар В.І.

Науковий керівник – Писарева І.В., асистент

Туризм – це один з найважливіших напрямків розвитку в багатьох країнах світу, і Україна не є виключенням. Туризм, дуже стрімко

розвивається і посідає друге місце у світі, поступаючись лише комп'ютерній промисловості, тому він є вагомим прибутком для країни, він досить серйозно впливає на розвиток економіки і дипломатичну роботу держави, допомагає в налагодженні стосунків між країнами. Саме тому проблема якості надання послуг у туризмі, є дуже актуальним питанням. На сьогоднішній день, показник якості обслуговування, відіграє одну з провідних ролей в управлінні виробництвом туристичних послуг, і їх наступною реалізацією. Головним пріоритетом у сфері туризму – має бути повне задоволення бажань клієнтів, адже тільки цей шлях, приведе до успіху, і створенню конкуренції на ринку. Якість надання послуг, це один з найважливіших інструментів конкурентної боротьби, і завоювання й утримання позиції на ринку. Саме від рівня обслуговування і професіоналізму спеціалістів даної сфери, залежить перше враження туристів від країни, і вірогідність їх повернення в майбутньому.

Питаннями підвищення якості послуг і обслуговування в туризмі серед вчених займалися: Апілат О. В., Кифяк В. Ф., Сидоренко І. О., Городні Т. А., Чорненька Н. В., Школи І. М., Окрепилова В. В., Кочерги О. І., Роглева Х. Й., Пуцентейло П. Р., Карсекіна В. І., Ільєнкової С. Д., Качанова В. С., Квартальнова В. О. Балабанов І. Т.

Наприклад, економіст Балабанов І. Т. вважає, що туристичний ринок – це сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин.

Але навіть враховуючи ці праці науковців, на сьогоднішній день, проблема підвищення якості обслуговування у туризмі, розглянута не в повній мірі, і потребує більшої уваги і корегувань.

Вивчення вище зазначених праць, дає зрозуміти те, що повний розгляд проблеми якості обслуговування відсутній. Є недостатня теоретична частина – необхідно займатися розробкою методів соціально-економічного впливу, на всіх етапах процесу розробки і виробництва високоякісних та конкурентоспроможних послуг на ринку і особливо недостатньо розкриті їх практичне використання. Недостатньо вивченими є також фактори зовнішнього середовища на якість надаваних послуг, які прямо чи опосередковано на них впливають.

Якість послуг складатиметься з таких складових як: якість виконання послуг і якість обслуговування населення.

Аби підвищити рівень обслуговування, насамперед необхідно велику увагу приділяти саме управлінню якості послуг, і процесу їх виробництва. Забезпечувати процес контролю на всіх стадіях виробничого процесу. Дотримуватися принципу безперервності контролю, на всіх етап технологічного циклу. Підвищувати вимоги до персоналу,

під час прийому на роботу, вводити практичні завдання на співбесідах, для виявлення рівня кваліфікації спеціаліста, а також його вміння зосереджуватися у критичних, стресових ситуаціях. Підвищення кваліфікації кадрів, відповідно до специфіки роботи того чи іншого підприємства. Навчання застосовувати нові прийоми і методи виконання професійних операцій. Скорочувати випадки порушення трудової дисципліни, шляхом проведення внутрішньої роботи керівника з персоналом. Впроваджувати заходи наукового підходу у розстановці кадрів у відповідності з їх кваліфікацією, віком, освітою, особистими якостями. Необхідно встановити злагоджену роботу усіх служб, роботи персоналу. Дуже важливо завжди займатися моніторингом ринку, і виходячи з отриманої інформації, робити висновки, працювати над недоліками, і правильно подавати клієнтам свої переваги. Проводити дослідження ринку, шукати нових партнерів та нові прогресивні методи роботи, які скорочують кількість витрат на обслуговування. Мотивувати персонал за добросовісну працю.

Важливе завдання для туристичних підприємств - це створення репутації високої якості обслуговування, вона забезпечується лише зусиллями всього колективу, при правильному управлінні менеджерів. Лише постійний контроль і бажання удосконалення своєї роботи, спілкування з гостями, використання передових технологій допоможе одразу виявляти проблемні місця в обслуговування, і такий підхід підвищить рівень надання послуг загалом.

Адже туризм, дуже стрімко розвивається, і необхідно не відставати від прогресу, необхідно відповідати очікуванням гостей. Потрібно розвивати не лише базові пакети послуг, але і зосереджувати увагу на додаткових послугах, це може стати і додатковим доходом і можливістю заохочення більшої клієнтури.

Саме тому, аби своєчасно реагувати на зниження задоволеності клієнтів наданими послугами, необхідно серйозно ставитися до побажань клієнтів, їх невдоволень, і не нехтувати ними, аби отримати високий показник якості обслуговування.

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Лането К. І.

Науковий керівник – Писарева І.В., асистент

Мотивація – це процес спонукання працівників до активної трудової діяльності для задоволення їхніх власних потреб, інтересів у поєднанні з досягненням цілей організації. Що стосується трудової діяльності, то це прагнення працівника задовольнити свої потреби в пев-