

2. Волкова М. В. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства / М. В. Волкова // Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 16. – С. 281–286.

3. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві / Г.М. Гузенко // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 12. – С. 227–234.

4. Зернюк О.В., Кійко А.В. Проблеми та особливості управління маркетинговою діяльністю в нестабільних ринкових умовах / О.В. Зернюк // Економіка і суспільство. – 2017. – №17. – С. 468–473.

5. Логоша Р.В. Особливості формування маркетингових стратегій підприємств / Р.В. Логоша // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". – 2018. – № 11 (2). – С. 22–26.

6. Мендела І. Я., Мендела Є. М. Маркетингові інновації в готельному бізнесі / І.Я. Мендела // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. – 2022. – № (4). – С. 21–25.

7. Полчанінова І. Л., Становихіна С. В., Чередніченко А. П. Характерні особливості та економічна сутність готельних послуг / І.Л. Полчанінова // Молодий вчений. – 2017. – № 1(41). – С. 680–684.

8. Рзаєв Г.І., Корольчук І.І. Управління маркетинговою діяльністю підприємства та напрямки її удосконалення / Г.І. Рзаєв // Економічні науки. – 2019. – №5. – С. 195–198.

9. Янчук Т. В., Любінчак К. Р., Вовколуп А. Ю. Ефективність упровадження маркетингових технологій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу / Т. В. Янчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2022. – №29. – С. 176 – 179.

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Є. В. ГРИЦЬКОВ, д.е.н, проф.

Д. А. ФОМЕНКО, студент 2 курсу

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

З розвитком виробництва визначилися елементи управління якістю продукції та послуг, однак на тому етапі розвитку система управління не була систематичною і постійною; все залежало від бажання та порядності керівників підприємств. В даний час проблема управління якістю стоїть на високому рівні, оскільки від обраної системи управління залежить конкурентоспроможність підприємства, можливість його виходу на зовнішні ринки і, перш за все, ефективність підприємства. Важливо зазначити, що поняття «менеджмент якості» є ширшим за поняття «управління якістю». Отже, менеджмент якості - це скоординована діяльність з керівництва та управління організацією щодо якості (може включати розробку політики якості, цілей в області якості та процесів для досягнення цих цілей в області якості шляхом планування якості, забезпечення

якості, управління якістю та покращення якості. У той же час управління якістю – частина менеджменту якості, що спрямована на виконання вимог до якості [1, с. 261]. Зазначимо, що виділяють наступні функції управління якістю на підприємстві: прогнозування та планування якості продукції; оцінка та аналіз якості продукції; контроль якості продукції; стимулювання якості продукції та відповідальність за неї.

Управління якістю спрямоване на регулювання всіх етапів життєвого циклу та передбачає: технічну підготовку виробництва; вхідний контроль; процес виготовлення продукції; організацію, мотивацію та оплату праці; облік та фінансову діяльність; контроль якості роботи та продукції; післяпродажне обслуговування в експлуатації.

Сучасні підходи до управління якістю ґрунтуються на ідеології загального менеджменту якості (TQM), орієнтованої на постійне покращення, мінімізацію виробничих витрат. Концепція TQM є основою міжнародних стандартів менеджменту якості ISO серії 9000. Поряд з цим зазначимо, що принцип загального менеджменту якості - це комплексний і цілеспрямований підхід до управління якістю у всіх функціональних підрозділах підприємства на всіх рівнях управління, на всіх стадіях життєвого циклу продукції або послуги, за участю керівництва та службовців всіх рівнів. Завдяки даній стратегії компаніям легше орієнтуватися на безперервне підвищення якості, мінімізацію витрат на якість, здійснення поставок вчасно [2, с. 26]. Відмітимо, що наразі виділяють такі принципи TQM: 1) орієнтація на споживача передбачає постійне вивчення та облік вимог споживачів, а також впровадження нових прийомів, спрямованих на залучення потенційних замовників; 2) зобов'язання керівництва: здійснення управління якістю, насамперед, відноситься до завдань та відповідальності керівника; 3) залучення персоналу: одним із головних принципів попередніх підходів управління якістю є значення персоналу у забезпеченні якості; тому співробітники компанії повинні залучатися до процесу управління якістю з метою його покращення та задоволення споживачів; для покращення якості діяльності працівників використовується два підходи: підвищення кваліфікації працівників та підвищення зацікавленості працівників до якісної праці; у рамках першого підходу на підприємстві має бути створена система освіти та самовдосконалення працівників; у рамках другого підходу має бути розроблена ефективна система мотивації праці, що сприяє залученню персоналу у процес забезпечення якості на підприємстві; 4) процесний підхід: управління якістю здійснюється у межах цілого бізнес-процесу (процесний підхід), а не окремої операції (операційний підхід); вся діяльність підприємства є сукупністю бізнес-процесів перетворення різних ресурсів в кінцевий продукт; вхід в один процес може бути виходом для іншого процесу, тому так важливо здійснювати управління та контроль на всіх стадіях процесів виробництва та надання послуг; 5) системний підхід до управління, при цьому підході підприємство сприймається як єдине ціле, система взаємозалежних процесів від розробки до постачання готової продукції замовнику; 6) постійне вдосконалення: якість характеризується непостійністю, тому керування нею має базуватися на принципі безперервності, для своєчасного виправлення дій слід збирати

інформацію про роботу системи управління якістю; 7) відносини з постачальниками: якість роботи компанії залежить від якості сировини та комплектуючих, а також від своєчасності їх постачання; необхідно будувати взаємовигідні відносини з постачальниками, що посилюють конкурентні позиції підприємства; 8) оптимізація витрат за якість: економічний підхід до управління якістю став важливою ланкою у забезпеченні комплексного управління та контролю якості [3, с. 157].

В рамках визначення сучасних підходів до управління якістю у готельних підприємствах зазначимо, що у будь-якому процесі беруть участь дві взаємодіючі сторони: суб'єкт та об'єкт. Об'єктом управління якістю виступають показники якості послуг, фактори та умови, що визначають їхній рівень, а також процеси формування якості. Суб'єктами управління якістю є керуючі органи та окремі особи, які здійснюють завдання управління відповідно до встановлених принципів та методів. У готельному підприємстві як суб'єкти виступають різні рівні управління, передбачені організаційною структурою підприємства - спеціалізовані служби, підрозділи, відділи, що виконують функції організації, координації та контролю робіт з управління якістю. Доречно відмітити, що одним із обов'язків підприємств індустрії гостинності у сфері управління та забезпечення якості є регулярне проведення внутрішніх перевірок якості, при цьому частота періодичних перевірок встановлюється планом внутрішніх перевірок. Співробітники, які проводять внутрішній аудит, повинні мати відповідну кваліфікацію та бути незалежними від того підрозділу, який вони перевіряють. Контроль якості встановлює як перевірку над якістю послуг, що надаються, так і нагляд якості роботи збутового апарату готельного підприємства. При управлінні процесами надання послуг на основі концепції TQM готель має важливі особливості:

I) присутність гостя в процесі надання послуг і, як наслідок, тісна взаємодія між споживачем і постачальником послуг;

II) необхідність забезпечення високого ступеня індивідуалізації праці відповідно до потреб споживачів;

III) при наданні послуг витрати праці можна порівняти лише з кваліфікованою ручною працею в матеріальному виробництві [3, с. 159].

Наведені характеристики демонструють, наскільки складно забезпечити ефективне управління якістю готельних послуг.

Список використаних джерел:

1. Балабанець А., Гапонюк О. Методичний підхід до оцінки якості обслуговування споживачів готельних послуг / А. Балабанець // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2019. – Вип.21. №2. – С. 259–270.

2. Жалінська І. В. Сучасні підходи до управління якістю готельних послуг: їх розвиток та стан в Україні / І.В. Жалінська // Економіка, управління та адміністрування. – 2022. – № 3(101). – С. 24–31.

3. Мельник І.М. Сучасні підходи до оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах / І.М. Мельник, Т.В. Химич // Економіка та управління підприємствами. – 2017. – № 14. – С. 155–161.