

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ Й КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

На рівень якості й конкурентоспроможності продукції та послуг готельно-ресторанного господарства впливає багато різнопланових факторів. Сукупність найважливіших конкретних факторів (способів, чинників) підвищення якості й конкурентоспроможності продукції та послуг наведено на рис. За змістом і спрямуванням їх можна об'єднати у чотири взаємопов'язані групи: технічні, організаційні, економічні та соціальні (суб'єктивні).



Рис. Основні фактори підвищення якості й конкурентоспроможності продукції та послуг готельно-ресторанного бізнесу

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, технологія виготовлення (надання), засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення та ін. Правильна оцінка ролі технічних факторів сприяє вирішенню багатьох наукових та інженерних задач під час проектування, виробництва (надання) та експлуатації (споживання) продукції (послуг).

Використання прогресивних технологічних процесів, високий рівень механізації та автоматизації, досконалість методів і засобів контролю та випробування продукції сприяють підвищенню стабільності виробничого процесу, що забезпечує постійні характеристики якості продукції.

До організаційних факторів належать: розподіл праці, спеціалізація, форми організації процесів, ритмічність виробництва, форми та методи контролю, порядок розподілу та реалізації продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (використання), технічного обслуговування, ремонту та ін.

Ринкові умови господарювання передбачають активне й широке використання організаційних факторів підвищення якості продукції на усіх підприємствах. Пріоритетні фактори наведені на рис.

До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін. Економічні фактори особливо важливі у сучасних ринкових умовах. Їм властиві контрольні-аналітичні та стимулюючі властивості.

Найбільш стимулюючими факторами є ціна та зарплата. Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості. При цьому ціна повинна покривати усі витрати підприємства готельно-ресторанного господарства на заходи з підвищення якості та забезпечувати необхідний рівень рентабельності.

Нагальною потребою є розробка й використання різноманітних форм і методів дійового соціально-економічного впливу на всю низку процесів формування й забезпечення виробництва (надання) високоякісної та конкурентоспроможної продукції (послуг). Формами та методами економічного впливу на ці процеси є узгоджена система прогнозування й планування якості продукції й послуг сфери гостинності, встановлення прийнятних для виробників і споживачів цін на окремі види товарів і послуг, потужна мотивація праці усіх категорій працівників закладу, а формами впливу соціального – усебічна активізація людського чинника, проведення ефективної кадрової політики, створення належних умов праці та життєдіяльності.