

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**«Совершенствование системы обслуживания потребителей на  
предприятиях общественного питания (на примере ООО "Фирма Бит")»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) \_\_4\_\_ курса \_\_431\_\_ группы

направление 43.03.01 –Сервис

Института Истории и Международных Отношений

Орешина Дмитрия Владимировича

Научный руководитель  
доцент, к.э.н.

Е. С. Милинчук

Зав.кафедрой  
проф., д.э.н.

Т. В. Черевичко

Саратов 2016 год

## **Введение**

Актуальность темы бакалаврской работы заключается в том, что в России еще пока формируется серьезный рыночный опыт в сфере общественного питания и оказания должного сервиса. Помимо этого, нет наработанной методологической базы, помогающей управлять и вести ресторанный бизнес. Кроме того, необходимо формировать высокую культуру обслуживания на предприятиях общественного питания, тем самым повышать удовлетворенность потребителей.

Анализу совершенствования систем обслуживания клиентов на предприятиях общественного питания, методологии их разработки и использования, посвящены научные работы следующих исследователей: Д. Шоула, Ф. Грейвса, Л. Ингильери, М. Соломона, Ф. Райхельда, Р. Марки, Р. Сисодиа, Д. Шета, Д. Вольфа, Березина И.С., Блэкуэлла Р., Миниарда П., Энджела Д., Волкова Л.А., Грибова В.Д., Ильина В.В., К. Сьюэлла, П. Брауна, Р. Баррера, И. Манна, Д. Турусина, Н. Рафела.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение особенностей обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания и разработка комплекса мер по повышению качества обслуживания в ООО «Фирма Бит».

В соответствии с целью поставлены и решались следующие задачи:

1. изучить теоретические основы системы обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания;
2. дать характеристику и проанализировать уровень обслуживания на предприятии общественного питания ООО «Фирма Бит»;
3. оценить уровень удовлетворенности потребителей услугами ООО «Фирмы Бит»;
4. разработать проект мероприятий по совершенствованию уровня обслуживания гостей в ООО «Фирма Бит»;
5. оценить эффективность предложенных мероприятий.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, приложения и списка использованной литературы. Во введении обоснована актуальность выбранной темы, определены цель и задачи квалификационной работы. В первой главе «Теоретические аспекты развития системы услуг и совершенствования обслуживания на предприятиях общественного питания» рассмотрены теоретические аспекты системы обслуживания на предприятиях общественного питания. Во второй главе «Анализ уровня обслуживания потребителей в ООО "Фирма Бит"» приводится организационно-экономическая характеристика ООО «Фирма Бит» и проанализированы основные показатели деятельности предприятия. Также исследуется уровень удовлетворенности Гостей ресторана. В третьей главе «Проект мероприятий по совершенствованию системы обслуживания потребителей в ООО "Фирма Бит"» предложены рекомендации по совершенствованию уровня обслуживания на данном предприятии, а также оценена эффективность данных рекомендаций. В заключении подведены итоги проведенных в данной работе исследований.

## Основное содержание работы

В последние годы ресторанный бизнес в России динамично развивается. Продукт, производимый сферой общественного питания, отличается от продукта производимого промышленной сферой тем, что потребителям труднее оценить его по критерию качества до того, как в данном случае, не будет совершен заказ в ресторане (потребитель данного продукта при выборе руководствуется советами друзей или знакомых, рекомендациям персонала или фотографиями в меню, но не может заранее знать, что именно он получит и оценить это еще до того). В связи с этим ресторанные услуги труднее обменивать и продвигать на рынке. Они стоят в одном ряду с туристическими путевками, где также невозможно оценить качество до его использования. Критерием оценки качества продукта является эмоциональная реакция и удовлетворенность тех или иных потребностей Гостя, которая зависит от профессионализма и отношения к делу персонала, а также от самого Гостя.

Культура обслуживания является важным критерием в оценке деятельности работников общественного питания Гостями. Сюда относят не только удовлетворительное санитарное состояние помещений предприятия и уровень механизации основных производственных процессов, но и комфорт и уют в залах, наличие рекламы и информации о деятельности ресторана. До потребителей необходимо доводить достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора, в том числе: фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес), тип предприятия и режим работы, размещая указанную информацию на вывеске и/или в других местах, удобных для ознакомления потребителей в соответствии с нормативными правовыми документами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

Культура обслуживания зависит от применения различных форм и методов работы официантов, использования прогрессивных форм обслуживания. На уровень обслуживания в ресторане влияние оказывает не только его материально-техническая база и эффективный менеджмент, но и профессиональное мастерство и личные качества обслуживающего персонала, который должен создать обстановку гостеприимства. Немаловажной задачей является обеспечение высокого уровня заботы о комфорте гостя. Всем известно, что произвести положительное впечатление на гостя, у официанта можно только один раз, в первый раз. Официант, который качественно выполняет свои обязанности, никогда этого не забывает и выполняет просьбы клиентов без замедления, а отличный официант предугадывает их желания.

Культура обслуживания вырабатывается каждым предприятием. Проявление высокой культуры обслуживания, определяется через поведение персонала, который четко знает, как действовать в любой ситуации, и что от него ждут гости. Кроме того, высокая культура делает работников целеустремленными и заставляет с уважением относиться к своему предприятию. Культура обслуживания – это сложное комплексное понятие, элементами которого являются:

- безопасность и экологичность при обслуживании;
- эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания;
- наличие достаточного количества столовой посуды, приборов, и столового белья;
- знание психологических особенностей личности и процесса обслуживания;
- знание и соблюдение персоналом этических норм обслуживания;
- знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей;
- знание основных правил сервировки стола.

Система обслуживания на предприятиях общественного питания всегда нуждается в совершенствовании, ее всегда можно и нужно улучшать, и оттачивать. Для того, чтобы определить направления такого совершенствования, можно опираться на пятиступенчатую модель качества обслуживания<sup>1</sup>:

1. ожидание потребителя и реакция руководства.
2. Восприятие руководства и спецификации качества обслуживания.
3. Спецификации качества обслуживания и предоставление услуг.
4. Предоставление обслуживания и внешние связи.
5. Ожидаемое обслуживание и восприятие предоставленного обслуживания.

Сфера общественного питания зависит напрямую от уровня расходов гостей. В последнее время меняется само содержание понятия «конкурентоспособность»: из односложного определение, связанное, прежде всего, с ценой, трансформируется и уступает место комплексному, в рамках которого главными характеристиками являются качество, индивидуальность подхода, квалифицированность, неповторимость.

Для предприятий общественного питания источником пополнения денежных средств является Гость. Одной из важных черт является умение привлекать новых потребителей и сделать так, чтобы гости, которые уже были в ресторане пришли вновь. Расположить их в более лояльную сторону и всячески стимулировать на дополнительные расходы, предлагая широкий ассортимент блюд, напитков и высокий уровень обслуживания, являются важными факторами развития ресторанного бизнеса в условиях возрастающей конкурентной борьбы. Услуга общественного питания представляет собой результат деятельности предприятия и людей,

---

<sup>1</sup> Филипп Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. Маркетинг. Глава 12. Как удовлетворить клиента качеством предоставляемых товаров и услуг. Пятиступенчатая модель качества обслуживания

задействованных в его работе и организации по удовлетворению потребностей Гостей данного предприятия в пище и организации досуга. Уникальность ресторанной услуги заключается не только в том, что она способна удовлетворить большинство потребностей того, кто ее приобретает, но и потребности ее производителя (владельца бизнеса) почти в полном объеме. Оценка и управление культурой и качеством услуг входит в общую схему управления предприятием сферы услуг. Задача управления культурой и качеством предусматривает разработку и осуществление различных мер в области материально-технической базы, внедрения стандартов и технологических норм, квалификации и стимулирования кадров.

Характеристики культуры торгового обслуживания – компетентность, чуткость, вежливость, доступность персонала для потребителей, квалифицированность, комфорт, эстетика предоставления услуги, и т.д. Таким образом, под культурой обслуживания понимается совокупность норм предоставления услуг на предприятии питания (ресторане), разновидность подходов отношений персонала с Гостями, которые приняты как эталон обслуживания, призванные повысить качество и эффективность. Культура обслуживания вырабатывается каждым предприятием. Проявление высокой культуры обслуживания, определяется через поведение персонала, который четко знает, как действовать в любой ситуации, и что от него ждут Гости, руководство, а также высокая культура обслуживания делает работников целеустремленными и заставляет с уважением относиться к своему предприятию.

Поскольку культура обслуживания - это сложный комплекс мероприятий, который играет одну из важных ролей в ресторанном бизнесе, ее всегда можно и нужно улучшать, и оттачивать. Опираясь на результаты проведенных анализов, автор делает вывод о том, что в ООО «Фирма Бит» организация работы с точки зрения контакта с клиентами по вопросам системы обслуживания Гостей ресторана, а также внешний вид, обстановка и

дополнительные услуги, не могут быть названы качественными. В связи с этим автором данной работы был разработан комплекс мер по улучшению работы данного предприятия состоящий из 5 мероприятий по совершенствованию системы обслуживания потребителей в ООО "Фирма Бит" такие как:

- Введение в штат должности менеджера банкетного обслуживания;
- Периодическое обучения персонала, при помощи российской компании-эксперта в области ресторанного бизнеса ООО «РЕСТКОН» (филиал в Саратове);
- Аккредитационное тестирование внутри предприятия;
- Краткосрочные семинары, посвященные повышению эффективности функционирования ресторана, для управляющего персонала;
- Устранение внешних недостатков (Wi-Fi, музыка, обстановка, внешний вид и т.д.)

Все эти мероприятия помогут улучшить предлагаемый сервис обслуживания Гостей на данном предприятии. Оказывая более качественно услуги, у потребителей будет формироваться большая лояльность, тем самым устанавливая положительный имидж для предприятия.

## **Заключение**

В завершении можно однозначно сказать, что бизнес в сфере общественного питания, а именно ресторанный бизнес, всегда считался перспективным и прибыльным, за счет своей высокой ликвидности. Однако наличие только лишь стартового капитала недостаточно, для развития ресторанного бизнеса. Достаточно много ресторанов в России и тем более в Саратове имеют одну схожую черту. Они пытаются соответствовать ресторанам мирового уровня по дизайну мебели и интерьера, посуде, оборудованию и так далее, но при этом они не соответствуют этому уровню в культуре обслуживания, качестве и должном сервисе.

В теоретической части работы были даны общие сведения по предприятию общественного питания, нормативные документы регулирующие отношения между потребителем и исполнителем. Разобрана система обслуживания Гостей в ресторане, представлена модель качественного обслуживания, показаны задачи и функции обслуживающего персонала и представлены направления для улучшения и совершенствования процесса обслуживания на ООО «Фирма Бит». В практической части работы была исследована система обслуживания потребителей в ООО «Фирма Бит». Анализ деятельности предприятия позволил определить его положение на рынке, выявить его проблемы и негативные моменты в его функционировании.

В ходе исследования предприятия общественного питания ООО «Фирма Бит» автором было выяснено, что подобного рода заведения во многом оцениваются по качеству оказания услуг, самих блюд, уровню цен, скорости обслуживания и общей обстановки в целом. С целью изучения потребностей Гостей ресторана были проведены анкетирования среди них. В результате проведения анкетирования, были выявлены следующие недостатки организации:

- уровень обслуживания;
- компетентность и квалифицированность персонала;
- качество обслуживания (вежливость и внимание сотрудников);
- недостаточная чистота помещений, мебели, оборудования;
- недостаточный ассортимент дополнительных услуг.

Автором был разработан комплекс мер по устранению выявленных недостатков в системе обслуживания Гостей на предприятии, который состоит из 5 пунктов:

- Введение в штат должности менеджера банкетного обслуживания;
- Периодическое обучения персонала, при помощи российской компании-эксперта в области ресторанного бизнеса ООО «РЕСТКОН» (филиал в Саратове);
- Аккредитационное тестирование внутри предприятия;
- Краткосрочные семинары, посвященные повышению эффективности функционирования ресторана, для управляющего персонала;
- Устранение внешних недостатков (Wi-Fi, музыка, обстановка, внешний вид и т.д.)

Предложенные мероприятия позволят ООО «Фирма Бит» повысить свою привлекательность в глазах потенциальных и существующих Гостей и клиентов. Решить проблемы, связанные с культурой обслуживания, предоставления сервиса и качеством блюд, путем доводки всех выше указанных пунктов к должному уровню. Оказывая более качественно услуги у Гостей будет формироваться большая лояльность.