

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

Совершенствование культуры обслуживания предприятия
общественного питания (на примере ресторана «Одесса»)

АВТОРЕФЕРАТ ПО БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ

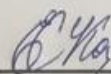
студентки 5 курса бакалавриата, 551 группы

направления 43.03.01 «Сервис»
код и наименование направления

Института истории и международных отношений
наименование факультета


Владыкиной Альбины Андреевны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель
доцент, к.э.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

 14.06.2019
подпись, дата

С.Е. Каменева
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
проф., д.э.н. профессор
должность, уч. степень, уч. звание


подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2019

Введение. На сегодняшний день достаточно большое социально-экономическое значение играет организация общественного питания в условиях современного общества. Им обеспечивается организация воспроизводства рабочей силы, экономия общественного труда и материального ресурса, изменения структуры рынков продовольственных товаров.

За последнее десятилетие в структуре, сложившейся в общепите, произошел ряд значительных изменений. Меньше становится общедоступных столовых и закусочных, увеличивается число предприятий ресторанных типов.

При развитии рыночной экономики практически любые предприятия сферы общественного питания в России становятся коммерческими. Процессы усиления конкуренции между ними выдвигают проблемы качества предоставляемой услуги на первое место. Поэтому проблемы совершенствования культуры обслуживания в сфере общественного питания также являются сейчас актуальными. Культура обслуживания является основным критерием при оценке деятельности работников общественного питания. Сегодня данное понятие включает не только санитарное состояние помещений предприятия общественного питания и уровень механизации основных производственных процессов, но и наличие рекламы и информации, степень комфорта, уют в залах. Культура обслуживания зависит от работы официантов, форм обслуживания, также особое внимание отводится и оказанию дополнительных услуг клиентам. Уровень обслуживания делового этикета зависит от профессионального мастерства сотрудников, создающих обстановку гостеприимства. От того, насколько эффективно будет реализовываться культура обслуживания, зависит удовлетворенность клиентов и их желание посетить ресторан еще раз, а это в свою очередь обеспечит прибыльность предприятию общественного питания, что и определяет актуальность темы исследования.

Цель выпускной квалификационной работы: совершенствование культуры обслуживания и делового этикета на основе их анализа.

Поставленная цель потребовала решения ряда задач:

- изучение понятия культуры обслуживания в индустрии питания;
- проведение анализа культуры обслуживания и делового этикета в деятельности службы питания ресторана «Одесса»;
- разработка мероприятий по совершенствованию культуры обслуживания в ресторане «Одесса».

Информационная база включает научную литературу по исследуемой теме. В работе вопросам теоретического анализа культуры обслуживания и делового этикета в индустрии питания посвящены работы В.В. Усов, Л.В. Худакова, Л.Н. Рождественская, С.И. Главчева, Л.Е. Чередниченко, Г.Г. Геворкян, В.Г. Федцов. Также в бакалаврской работе используются информация с официального ресторана «Одесса» и внутренние нормативные документы ресторана.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. Во введении обоснована актуальность, определены цели и задачи бакалаврской работы. В первой главе дано понятие и определены категории и сущность ресторанного бизнеса, а также рассмотрена культура обслуживания общественного питания. Во второй главе дана организационно-экономическая характеристика и проанализированы основные показатели деятельности ресторана «Одесса», в третьей главе предложены меры по совершенствованию культуры обслуживания в ресторане «Одесса», а также оценена эффективность рекомендаций по совершенствованию. В заключении подведены итоги проведенному в работе исследованию.

Бакалаврская работа выполнена на 70 страницах и включает 30 источников использованной литературы, 3 таблицы и 13 рисунков.

Основное содержание работы. Ресторанный бизнес в наше время — это не просто общественное питание, а сфера досуга, включающая множество компонент, не учитывая которые легко проиграть в ожесточённой конкурентной борьбе.

Ресторанный бизнес – это интегрированная сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией производства и управлением ресторана и направленная на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а так же на получение прибыли.

Ресторан – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров.

Современный ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» регламентирует положения, которым должно соответствовать заведение, чтобы считаться рестораном. Отличительными признаками ресторана являются:

- Зал для гостей.
- Наличие меню.
- Обслуживание каждого посетителя лично.

Самое главное отличие – обязательное наличие зала и отдельных кабинетов.

Во всем мире рестораны, как правило, принято подразделять на 3 типа: VIP-рестораны, высшего класса и первого. Причем для каждого типа подобных заведений присущ свой набор особых характеристик. Однако в настоящее время зачастую применяется более понятная классификация заведений: рестораны элитные, средней руки и фастфуды. Ресторан стоит на самой высокой ступени системы общественного питания.

Долгий путь общественного питания в России - эволюция с дореволюционного по настоящее время. В иерархии дореволюционного общепита самыми низкосортными заведениями считались кабаки и трактиры, в которых подавали блюда русской кухни, но так было не всегда. До Октябрьской революции 1917 года заведения питания находились в основном в частной собственности.

Государственная программа развития общественного питания началась в 1930-х годах. Целью программы было освобождение женщин от «домашнего рабства», а также социализация и уравнивание рабочих. Общепит перестал носить развлекательный характер и приобрел утилитарную функцию.

Развитие рынка общественного питания в его современном виде произошло только в начале XXI века. Оборот общественного питания в России в несколько раз ниже, чем на зрелых рынках, а рост ограничивается нестабильностью экономической и политической ситуации в стране. Доля питания вне дома в общей структуре расходов домохозяйств пока не велика.

На сегодняшний день, в условиях высокого уровня конкуренции, нужно учитывать отношение покупателей к качеству обслуживания. Это означает, что необходимо проводить специальную работу с сотрудниками, их обучение и мотивацию к созданию комфортной для клиентов атмосферы.

Высокий уровень качества обслуживания и культура сервиса является инструментом, способствующим формированию хорошего отношения к компании. Поэтому нужно обучать сотрудников всем необходимым качествам обслуживания, проводить тренинги, семинары и повышать их уровень навыков. Тогда предприятие общественного питания сможет приобрести большой успех и дальнейшее сотрудничество предприятия и потребителя.

В практической части представлена общая характеристика ресторана «Одесса». В работе проводится анализ культуры обслуживания и делового

этикета в деятельности ресторана «Одесса». Ресторан находится в г. Саратов, Набережная Космонавтов д.3.

Специализация ресторана «Одесса» – украинская кухня.

Ресторан имеет два зала, основной зал на 80 человек, VIPзал вместимостью до 20 человек.

Предметом деятельности ресторана «Одесса» является:

1. Деятельность по производству, выпуску, реализации и организации потребления продукции общественного питания, пищевой продукции (обеденной продукции, горячих, холодных, десертных блюд, закусок и напитков).

2. Розничная торговля пивом, прохладительными напитками, винами, крепкими спиртными напитками.

3. Организация досуга людей, эксплуатация караоке, живая музыка и просмотр футбольных матчей.

4. Проведение банкетов, обслуживание свадеб, юбилеев, торжеств и ритуалов.

5. Оказание сервисных услуг по заказам населения (выезд).

6. Осуществление внедрения новых технологий приготовления, расширения ассортимента и повышения качества продукции общественного питания.

Данное предприятие с момента его государственной регистрации, обладает обособленным имуществом, имеет самостоятельный баланс, расчетный счет, круглую печать и иные реквизиты.

Предприятие создано с целью получения прибыли от хозяйственной деятельности, которая направлена на удовлетворение спроса населения в общественном питании.

Для того, чтобы руководству ресторана «Одесса» разработать план мероприятий по совершенствованию обслуживания и делового этикета на предприятии, необходимо сначала ответить на основные вопросы, которые

позволят в полной мере охарактеризовать современное состояние культуры обслуживания и делового этикета на предприятии.

На основании полученных данных руководство ресторана «Одесса» сделало вывод, что сами сотрудники не удовлетворены тем, как складывается культура обслуживания на предприятии.

В дальнейшем руководством ресторана был проведен анализ сильных и слабых сторон предприятия (Таблица 1).

Таблица 1 - SWOT – анализ деятельности ресторана «Одесса»

Сильные стороны предприятия	Слабые стороны предприятия
<ul style="list-style-type: none">• Высокое качество продукции.• Удачное местоположение.• Большой управленческий опыт.• Стильный интерьер заведения.	<ul style="list-style-type: none">• Оборудование б/у.• Высокий ценовой диапазон.• Не используется реклама.
Рыночные возможности	Рыночные угрозы
<ul style="list-style-type: none">• Растущая потребность в услугах ресторанов.• Рост реальных доходов населения;• Подъем экономики.	<ul style="list-style-type: none">• Снижение общего уровня покупательской способности.• Рост конкуренции.

Как мы можем наблюдать из данного SWOT-анализа, у ресторана «Одесса» есть потенциал для дальнейшего развития бизнеса. Главной угрозой для дальнейшего успешного функционирования предприятия является снижение покупательской способности, то есть высокие цены заведения могут не позволить расширять круг клиентов и дальше. Но наряду с другими ресторанами, за счет сформировавшейся клиентской базой, «Одесса» остается высокопосещаемым и актуальным заведением нашего города. В перспективе ресторан будет привлекать новых инвесторов и расширять продаваемую продукцию.

Важно заметить, что оценка культуры обслуживания входит в общую систему управления рестораном, которая основывается на планировании (ставятся конкретные цели и задачи), выделении приоритетов (приоритет той или иной задачи), организации (как будут использоваться те или иные

материальные и трудовые ресурсы для достижения поставленных целей), контроль.

В дальнейшем с целью разработки мероприятий по повышению культуры обслуживания, а также чтобы сотрудничество с рестораном «Одесса» становилось для посетителей интереснее и полезнее, проводилось исследование, включающее анкетирование, в котором приняло участие 100 респондентов (39 мужчин и 61 женщина). Все респонденты – клиенты ресторана «Одесса».

В ходе проведения анкетирования, выяснилось, что 100 человек из 100 опрошенных, единогласно, считают, что внешний вид, культура речи, манеры поведения обслуживающего персонала являются главными составляющими при обслуживании. Ведь по их внешнему виду, посетители судят об уровне культуры обслуживания в данном ресторане; хорошие манеры поведения производят благоприятное впечатление на посетителей, а культура речи служит важным показателем общей культуры обслуживающего персонала, уровня его мышления.

Таким образом, в ходе всестороннего анализа культуры обслуживания в ресторане «Одесса» было выявлено, что культура обслуживания заключается в качестве обслуживания, в связи с этим целесообразно предложить следующие мероприятия по совершенствованию качества обслуживания в ресторане «Одесса»:

1. В ресторане «Одесса» необходимо разработать стандарт культуры обслуживания и делового этикета и следить за его соблюдением. В данном стандарте важно прописать основные элементы культуры обслуживания в зависимости от специфики ресторана «Одесса» и соблюдать их всеми сотрудниками предприятия.

2. При трудоустройстве новых сотрудников важно проводить их обучение, знакомить их с основными составляющими качества обслуживания. Важно, чтобы при приеме на работу новых сотрудников, они имели уже опыт работы в данной сфере.

3. Способствовать повышению квалификации работников, повышению профессионального мастерства сотрудников ресторана. Руководству ресторана важно отслеживать проведение курсов и мастер-классов, в которых могли бы принять участие свои сотрудники. Стимулировать сотрудников к профессиональному росту.

4. Важно стимулировать персонал более активно. В ресторане отсутствует положение о премировании сотрудников. С целью повышения культуры обслуживания, заинтересованности каждым сотрудников повышения качества руководству ресторана необходимо грамотно разработать положение о премировании своих сотрудников с учетом выполненных планов, отзывов клиентов и т.д.

5. В ресторане «Одесса», по мнению клиентов (что отражено в анкетировании сотрудников, которые и получили данную информацию от клиентов), слишком близко друг к другу стоят столики из-за чего посетители беспокоятся о своей безопасности в непредвиденном случае. В этой связи необходимо осуществить расстановку столов так, чтобы это не беспокоило клиентов. В данном случае особого внимания заслуживает такой элемент культуры обслуживания как безопасность и экологичность.

6. В ресторане «Одесса» используются дизайнерские решения, весь ресторан стилизован в виде одесской коммунальной квартиры 80-х годов. Данный дизайн помещения, по мнению клиентов, является достаточно упрощенным, воссоздавая атмосферу прошлого, что отчасти пугает «новых» клиентов из числа молодежи. Важно применить такое дизайнерское решение, которое бы способствовало привлечению разновозрастных клиентов. Возможна разная стилистика залов и балкона.

7. Важно соблюдать ассортимент блюд, напитков и кулинарных изделий, которые бы соответствовали украинской кухне.

8. В частых ситуациях, когда клиент просит блюдо из другого вида кухни, официанту необходимо объяснить клиенту специфику ресторана и наличие ассортимента блюд. При этом официант должен быть сдержанным,

проявить понимание к клиенту, предложить другое блюдо из имеющихся, не идти на конфликт.

9. Должен вестись постоянный мониторинг мнений клиентов о культуре обслуживания и деловом этикете ресторана «Одесса», возможно провести опрос клиентов с таким же набором вопросов, как были опрошены сотрудники ресторана, с целью сопоставления мнения и получения более точного результата о культуре обслуживания на предприятии.

Таким образом, правильно организованные мероприятия по повышению культуры обслуживания клиентов являются прибыльной стратегией, поскольку позволяет не только привлекать все больше новых клиентов, но и эффективнее работать с постоянными, предотвращать их уход и меньше зависеть от ценовой конкуренции. Качественное обслуживание способствует формированию определенной корпоративной культуры, стимулирующей сотрудников предприятий индустрии питания работать на высшем уровне. При этом совершенствованием культуры обслуживания должен заниматься весь персонал ресторана «Одесса», так как все работники должны понимать, что они являются ответственными за создание удовлетворенности клиентов.

Заключение. В работе проводилось исследование культуры обслуживания и делового этикета на предприятиях питания.

Понятие «культура обслуживания» определяется как совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, которые обеспечивают удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя. Анализ данного понятия показывает, что оно включает в себя различные показатели и оценки, которые зависят типа предприятия в индустрии питания, в данном случае нами рассматривается именно ресторанный бизнес, как наиболее популярный бизнес на сегодняшний день. Таким образом, под культурой обслуживания понимается совокупность норм предоставления ресторанных услуг, способов отношений персоналом и

клиентами, которые приняты как эталон обслуживания, призванные повысить качество и эффективность.

В работе проведен анализ культуры обслуживания в ресторане «Одесса». Специализация ресторана «Одесса» – украинская кухня. Ресторан имеет два зала, основной зал на 80 человек, VIP зал вместимостью до 20 человек.

Рестораном «Одесса» учитываются все составляющие культуры обслуживания. Данным элементам уделяется должное внимание, что и обеспечило современное положение ресторана, связанное с достаточно высокой прибылью и большим экономическим потенциалом. За время своего существования ресторан сумел создать себе неплохой имидж, привлечь большое количество посетителей, многие из которых стали постоянными клиентами. Однако высокая конкуренция не дает руководству остановиться на достигнутом. В этой связи необходим постоянный контроль культуры обслуживания и делового этикета в ресторане, чтобы предприятию оставаться конкурентоспособным и привлекать все новых и новых клиентов.

В ходе всестороннего анализа культуры обслуживания ресторана «Одесса» было выявлено, что культура обслуживания заключается в качестве обслуживания, в связи с этим целесообразно предложить следующие мероприятия по совершенствованию качества обслуживания в ресторане «Одесса»:

1. При трудоустройстве новых сотрудников важно проводить их обучение, знакомить их с основными составляющими качества обслуживания.
2. Способствовать повышению квалификации работников, повышению профессионального мастерства сотрудников ресторана.
3. Важно стимулировать персонал более активно.
4. Обеспечить безопасность и экологичность клиентов и сотрудников.
5. Изменить стилистику основных залов и балкона.

6. Важно соблюдать ассортимент блюд, напитков и кулинарных изделий.

7. Развивать среди сотрудников навыки решения нестандартных, конфликтных ситуаций.

8. Должен вестись постоянный мониторинг мнений клиентов о культуре обслуживания и деловом этикете ресторана «Одесса».

В заключении отметим, что правильно организованные мероприятия по повышению качества обслуживания клиентов являются прибыльной стратегией. Они позволяют не только привлекать все больше новых клиентов, но и эффективнее работать с постоянными, предотвращать их уход и меньше зависеть от ценовой конкуренции.

Владимир / Владимир А.А.