

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра туризма и культурного наследия

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

**«Развитие дополнительных услуг предприятий общественного питания
как инструмент стимулирования спроса
(на примере кафе «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов)»**

Студентки 5 курса 551 группы
направления (специальности) 43.03.01Сервис
Института истории и международных отношений

Жусубалиевой Асимы Наримановны

Научный руководитель:
доцент кафедры туризма
и культурного наследия,
к. соц. наук _____

М.С. Отнюкова

Заведующий кафедрой
туризма и культурного
наследия, д.э.н., профессор _____

Т.В. Черевичко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Введение. Общественное питание является одной из важнейших социально-экономических составляющих уровня развития национального хозяйства. В условиях современной рыночной экономики отрасль общественного питания стремительно развивается, что подтверждается как ростом численности и масштабов соответствующих предприятий, так и увеличением разнообразия предоставляемых услуг. Современное предприятие общественного питания не просто изготавливает блюда и напитки, а сопровождает их потребление целым спектром разнообразных сервисов. Развитие некоторых услуг общественного питания иногда перерастает в самостоятельное направление деятельности. Дополнительные услуги в сфере общественного питания становятся с каждым днем все популярнее в России и мире.

Выше сказанным, на наш взгляд, и обусловлена **актуальность данного исследования.**

Объектом выпускной квалификационной работы является предприятие общественного питания «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов.

Предметом выпускной квалификационной работы являются дополнительные услуги предприятия «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов как инструмент стимулирования спроса.

Цель выпускной квалификационной работы- исследование дополнительных услуг предприятий общественного питания как инструмента стимулирования спроса, а также разработка дополнительных услуг на предприятии общественного питания «Авто-суши «Саюри»» г. Саратова.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи:**

1. Рассмотреть особенности и классификации предприятий общественного питания;
2. Рассмотреть развитие дополнительных услуг предприятий общественного питания;

3. Выявить современные тенденции стимулирования спроса на предприятиях общественного питания;

4. Составить хозяйственную характеристику предприятия общественного питания;

5. Проанализировать дополнительные услуги исследуемого предприятия общественного питания;

6. Разработать дополнительные услуги для рассматриваемого предприятия общественного питания

Методологическими и теоретическими основаниями выпускной квалификационной работы составили законодательно-нормативные акты РФ (Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»; Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»; ГОСТ Р 50762-2007 Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания и др.), данные (бухгалтерская и финансовая отчетность, рекламная информация) сайта предприятия «Авто-Суши «Саюри»» г. Саратов, материалы периодической печати (журнал «Экономика и менеджмент», журнал «Кейтеринг Консалтинг», журнал «Молодой ученый» и др.), а также научные работы отечественных и зарубежных авторов по вопросам обслуживания предприятиями общественного питания.

Эмпирическая база выпускной квалификационной работы-

в исследовании использованы следующие методы: сравнительного анализа, статистический, анализ документов (в качестве которых выступили законодательно-нормативные акты РФ, бухгалтерская и финансовая отчетность предприятия «Авто-Суши «Саюри»» г. Саратов, материалы периодической печати (журнал «Экономика и менеджмент», журнал «Кейтеринг Консалтинг», журнал «Молодой ученый» и др.).

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные выводы и сформулированные предложения могут быть

использованы для развития данного предприятия общественного питания и аналогичных сервисных организаций.

Структура работы определяется поставленными целью, задачами и логикой исследования и представлена введением, двумя главами, заключением, списком использованных источников и приложениями.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В настоящее время выделяют предприятия общественного питания играют большую роль в сервисной отрасли и народном хозяйстве в целом. Выделяются три основные функции предприятий общественного питания: производство блюд, реализация блюд, организация потребления. В Российской Федерации существует довольно обширный перечень видов предприятий общественного питания, дифференцируемый по формам собственности, реализуемой продукции, предлагаемым услугам и пр. В целом можно сказать о сложной ситуации на рынке услуг предприятий общественного питания, но в то же время необходимо признать и позитивные тренды (например, рост интереса к дополнительным услугам общественного питания и новым предприятиям типа антикафе, кофеен). Таким образом, рынок общественного питания в нашей стране непрерывно развивается.

Дополнительные услуги предприятий общественного питания представляют собой действия (мероприятия) предприятия общественного питания, предназначенные для увеличения степени удовлетворенности своих клиентов. Дополнительный сервис предприятия общественного питания повышает качество его работы, максимально удовлетворяет его клиентов. Дополнительные услуги предприятий общественного питания могут быть дифференцированы по ряду параметров.

Основные тренды в сфере стимулирования спроса на предприятиях общественного питания, в том числе дополнительные услуги предприятий общественного питания и то, что представляют собой действия (мероприятия) предприятия общественного питания, предназначенные для

увеличения степени удовлетворенности своих клиентов. В сфере общественного питания сегодня применяются разнообразные инструменты и технологии стимулирования спроса – купоны, дегустации, экспозиции и демонстрации блюд. Возникают новые формы как самих предприятий общественного питания (коворкинг-кафе, антикафе и др.), так их услуг (кейтеринг, кулинарные мастер-классы и пр.). Дополнительный сервис предприятия общественного питания является достаточно адекватным и эффективным инструментом, который повышает удовлетворенность клиентов, а также стимулирует спрос.

Анализ практики оказания сервисов общественного питания предприятия Авто-Суши «Саюри» г. Саратов, в том числе основные услуги данного предприятия, его особенности, ассортимент. Ситуация в рамках данного предприятия общественного питания оценена автором как достаточно благоприятная: предприятие относится к отрасли общественного питания, которая в настоящее время активно развивается и имеет хорошие перспективы дальнейшего роста (рассмотрено в первом разделе данной работы); имеются достаточные конкурентные преимущества (удобное местоположение, сложившийся положительный имидж, разветвленная сеть и пр.); имеется клиентура, обеспечивающая достаточно устойчивый спрос (типичным клиентом предприятия выступает житель центральных районов г. Саратова с уровнем дохода «выше среднего, относящийся к социально-демографической группе «молодежь»).

По мнению автора, благоприятная ситуация, проявляющаяся в положительной динамике основных показателей, адекватной организационной структуре, в рамках данного предприятия общественного питания является свидетельством грамотного управления.

Установлено, что исследуемое предприятие имеет определенный ассортимент дополнительных сервисов. Определено, что дополнительные услуги Авто-Суши «Саюри» г. Саратов представляют собой действия (мероприятия) предприятия общественного питания, предназначенные для

увеличения степени удовлетворенности своих клиентов. Они не могут существовать вне комплекса обслуживания клиента в заведении, сами по себе, отдельно от основных услуг. Их социальная значимость в том, что они способствуют большему удовлетворению клиентов. Автором сформирован перечень дополнительных услуг Авто-Суши «Саюри» г. Саратов, а также проанализированы особенности их оказания. Кроме того, проведено исследование (в форме анкетного опроса) отношения клиентов к данному сервису. Последнее показало определенную клиентскую неудовлетворенность в аспекте оказания дополнительного сервиса.

Разработан проект развития дополнительных услуг на предприятии общественного питания «Авто-Суши «Саюри»» г. Саратова – это услуги выездного кейтеринга. Прежде всего, обоснована актуальность и значимость введения предлагаемого сервиса для данного предприятия общественного питания. Рассмотрены сущность и специфика оказания кейтеринга как дополнительной услуги предприятия общественного питания. Также определены цель и задачи проекта по внедрению дополнительного сервиса, разработаны ключевые мероприятия в его рамках, выявлены основные риски реализации проекта, а также сформулированы основные его эффекты для «Авто-Суши «Саюри»» г. Саратов.

Реализация проекта позволит не только сохранить конкурентоспособность, но и нарастить ее, путем привлечения новых клиентов и удержания прежних. Также планируется увеличить спрос на продукцию (блюда) и сервис «Авто-Суши «Саюри»» г. Саратов за счет предложения новой услуги.

Предложенный проект является мобильным, так как может быть реализован в других филиалах компании.

Заключение. Итак, проведенный анализ развития дополнительных услуг предприятия общественного питания на примере «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратова позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате проведенного теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что предприятие (объект) общественного питания (предприятие (объект) питания) представляет собой имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в т. ч. изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг.

Также теоретический анализ показал, что в сфере общественного питания действует огромное количество организаций и индивидуальных предпринимателей, различающихся между собой по типам предприятий (ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная и др.), по видам услуг (услуги питания, реализация кулинарных изделий, услуги по организации потребления и досуга и т. п.), а также по масштабам своей деятельности (от мелких ларьков-закусочных и до сетей).

Кроме того, мы вывели, что услуга общественного питания представляет собой результат деятельности предприятий общественного питания (юридических лиц или индивидуальных предпринимателей) по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общественного питания, в создании условий для реализации и потребления продукции общественного питания и покупных товаров, в проведении досуга и в других дополнительных услугах. Дополнительные услуги предприятий общественного питания представляют собой действия (мероприятия) предприятия общественного питания, предназначенные для увеличения степени удовлетворенности своих клиентов. Дополнительный сервис предприятия общественного питания повышает качество его работы, максимально удовлетворяет его клиентов. Дополнительные услуги предприятий общественного питания могут быть дифференцированы.

На наш взгляд, особенно важны современные тенденции

стимулирования спроса на предприятиях общественного питания. Сегодня средствами стимулирования спроса современных предприятий общественного питания выступают купоны, премии, конкурсы и пр. Кроме того, существуют новые формы организации предприятий общественного питания (например, антикафе и др.), которые также способствуют стимулированию спроса.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований. Нами было проведено исследование дополнительных услуг предприятия общественного питания на примере «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов. Оно относится к сфере общественного питания и предлагает достаточно широкий ассортимент услуг. Данное предприятие предлагает набор дополнительных услуг:

- организация музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания;
- банкетное обслуживание, в т.ч. специальных мероприятий;
- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- вызов такси по заказу (просьбе) потребителей;
- парковка или охраняемая стоянка автомобиля на территории предприятия (объекта).

Также в целях нашего исследования был проведен SWOT-анализ, который показал - «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов имеет ряд слабых сторон и угроз (например, падение спроса на услуги), которые необходимо преодолевать. Так же мы выяснили, что исследуемое предприятие общественного питания имеет большие возможности и сильные стороны (например, квалифицированный персонал), которыми необходимо эффективно использовать.

По результатам опроса клиентов «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов в аспекте дополнительных услуг были сделаны следующие выводы: клиенты в целом удовлетворены сервисом, но имеются проблемы дополнительных сервисов, в том числе:

- отсутствие разнообразия;
- редкость проведения мероприятия;
- дороговизна дополнительных услуг (прежде всего, мастер-классов).

По результатам интервью с руководителем «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов выяснилось, что есть понимание необходимости развивать дополнительные услуги в рамках данного предприятия общественного питания.

Также в целях нашего исследования был проведен сравнительный анализ исследуемого объекта и его конкурентов, который также показал некоторые проблемные зоны в оказании сервисов на «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов.

Обобщив результаты проведенных исследований, нами была определена основная проблема – недостаточно широкий спектр дополнительных услуг, что ведет к низкому уровню как прибыли предприятия, так и удовлетворенности его клиентов. Для решения данной проблемы был разработан проект - мы предлагаем нашему предприятию расширить спектр дополнительных услуг – в частности, ввести сервис «кейтеринг»

Кейтеринг – деятельность предприятия общественного питания (индустрии питания), заключающаяся в оказании услуг по организации питания по месторасположению, выбранному сторонними организациями и частными лицами, включая организацию выездного обслуживания мероприятий различного назначения и розничную продажу продукции общественного питания и с привлечением всех предприятий и служб, оказывающих подрядные услуги по организации питания.

Нами предложена услуга выездного кейтеринга для «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов. Она позволит не только сохранить конкурентоспособность, но и нарастить ее, путем привлечения новых клиентов и удержания прежних. Также планируется увеличить спрос на блюда и сервис «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов за счет предложения

новой услуги.

Составив и рассмотрев план доходов и расходов при внедрении услуг выездного кейтеринга на предприятии «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов, можно заметить, что в первый месяц после запуска нововведения предприятие может потерпеть убытки в своей деятельности. Этот факт напрямую связан с единовременными затратами (закупа посуды и оборудования) в первый месяц. Однако в последующие месяцы предприятие выходит в плюс и начнет получать стабильную прибыль.

Предложенная новая услуга как элемент стимулирования спроса клиентов предприятия «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов позволит данной компании стать конкурентоспособной. Выездное обслуживание является трендом большинства современных предприятий общественного питания, поэтому на данном рынке следует освоиться.

Предполагается, что услуги выездного кейтеринга в «Авто-Суши «Саюри»», г. Саратов повлекут за собой ряд изменений как в отношении повышения спроса, так и в сторону эффективного функционирования данного сервисного предприятия и повышения качества предоставляемых услуг.

Предложенный проект, повлечет расширение ассортимента предоставляемых услуг, а также повышение качества всего сервиса в целом и повышение степени удовлетворенности клиента, что будет положительно сказываться на работе, имидже и престиже предприятия.

Данные выводы и предложенные рекомендации были представлены руководителю организации. Информация была им проанализирована и оценена положительно, в настоящее время принимаются меры для внедрения, разработанного проекта