

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Организация и совершенствование сервисных услуг в
ресторане (на примере ресторана ООО «Воздух»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВАРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 Сервис
Института истории и международных отношений
Говорухиной Елены Викторовны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент
должность, уч. ст., уч. зв.

С.Е. Каменова 04.06.2019
личная подпись, дата

С.Е. Каменова
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

профессор, д.э.н., профессор
должность, уч. ст., уч. зв.

Т.В. Черевичко 02.06.19
личная подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2019

Введение. Ресторанный бизнес - один из самых быстрорастущих и развивающихся сегментов в индустрии гостеприимства. Каждый год открывается большое количество предприятий общественного питания. По данным официального портала Самары в 2015 году в городе открылось 120 новых предприятий. А по данным за 2016 год в Самаре работает 1655 предприятий общественного питания на 128184 посадочных места. К концу 2018 года в Самаре работало уже 1740 предприятий общественного питания. Таким образом, на начало 2019 года обеспеченность местами составило 96,9 места на тысячу жителей. Соответственно с каждым годом возрастает конкуренция в данной сфере. В последнее время меняется понятие "конкурентоспособность" - определение, связанное прежде всего с ценой, уступает место комплексному понятию, в рамках которого такие важные характеристики, как качество, индивидуальный подход, профессионализм и уникальность, таким образом, на первый план выходит сервис. Сервис является одним из главных критериев при выборе потребителями того или иного ресторана. Безупречный сервис может скрыть недостатки в приготовлении или оформлении блюд, но ничто не сможет скрыть недостатки в сервисе, в обслуживании гостей. Успех предприятий ресторанного бизнеса зависит в первую очередь от способности удовлетворять и превосходить нужды и ожидания гостей.

Итак, в последние годы открывается большое количество предприятий общественного питания с похожими концепциями и блюдами. Таким образом, главным конкурентным преимуществом и определяющим фактором при выборе потребителями заведения является сервис. Предприятие общественного питания должно быть всегда готово к переменам, постоянно узнавать мнения гостей, их предпочтения, замечания и, в зависимости от этого, совершенствовать свой сервис. Только в этом случае в условиях постоянно растущей конкуренции предприятие общественного питания не потеряет своих постоянных гостей и приобретет

новых. Совершенствование сервиса является одним из главных путей развития предприятия.

Объектом исследования является ресторанный сервис. Предмет исследования – организация и совершенствование сервисных услуг в ресторане «Воздух». Целью преддипломной практики является разработка путей совершенствования сервиса на предприятии общественного питания на примере ресторана «Воздух». В связи с поставленной целью, в работе решались следующие задачи:

- ознакомиться с теоретическими аспектами услуг общественного питания;
- ознакомиться с классификацией предприятий общественного питания;
- изучить способы обслуживания на предприятиях общественного питания;
- выявить особенности современного ресторанного сервиса;
- рассмотреть работу ресторана «Воздух»;
- определить сильные и слабые стороны в работе ресторана;
- ознакомиться с особенностями сервиса ресторана «Воздух»;
- наметить мероприятия по совершенствованию сервисных услуг в ресторане.

Теме ресторанного бизнеса посвящено достаточно большое количество публикаций как зарубежных, так и отечественных авторов. Теоретической основой написания дипломной работы являлись законодательные и нормативные акты, учебники, учебные пособия, статьи теоретиков ресторанного бизнеса, а также интервью и работы современных успешных рестораторов России.

Основное содержание работы. Перечень услуг, предоставляемых предприятием общественного питания:

- предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи на предприятии;
- гарантированное хранение личных вещей (верхней одежды), сумок и ценностей потребителя;
- вызов такси по заказу потребителя;
- парковку личных автомашин потребителей на организованной стоянке у предприятия.

Услуга общественного питания – результат деятельности предприятий и индивидуальных предпринимателей по удовлетворению потребностей потребителя в питании и проведении досуга. Услуги, предоставляемые потребителям в организациях общественного питания различных типов и классов, а также индивидуальных предпринимателей подразделяются на:

- услуги питания;
- услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий;
- услуги по организации потребления и обслуживания;
- услуги по реализации кулинарной продукции;
- услуги по организации досуга;
- прочие услуги. В свою очередь, услуги питания в соответствии с типом и классом

предприятия делятся на:

- услугу питания ресторана;
- услугу питания бара;
- услугу питания кафе;
- услугу питания столовой;
- услугу питания закусочной.

Предприятия общественного питания могут классифицироваться по различным признакам: по форме и режиму обслуживания, по ассортименту,

по месторасположению, по форме собственности, по полноте технического цикла и так далее.

Все предприятия общественного питания в зависимости от организации технического процесса, мощности производства, принятых форм обслуживания населения, ассортимента выпускаемой продукции делятся на следующие типы: заготовочные, доготовочные и работающие на сырье, то есть с законченным производственным циклом.

Основными типами предприятий общественного питания являются рестораны, кафе, бар, столовая и закусочная. При определении типа предприятия учитываются следующие факторы:

1. ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие, сложность изготовления;
2. техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочное решение);
3. методы обслуживания;
4. квалификацию персонала;
5. качество обслуживания (комфортность, этику общения, эстетику и так далее);
6. номенклатуру предоставляемых потребителям услуг.

Метод обслуживания потребителей – способ, с помощью которого потребителям реализуется продукция.

На предприятиях общественного питания существуют следующие методы обслуживания:

1. самообслуживание;
2. обслуживание официантами;
3. комбинированное обслуживание.

Форма обслуживания – организационный прием, представляющий собой разновидность или сочетание методов обслуживания потребителей.

Формы обслуживания отличаются:

1. характером производимых услуг;
2. местом и условиями их выполнения;
3. характером труда обслуживающего персонала;

формой расчета с потребителями.

«Воздух» является концептуальным рестораном, специализирующемся на приготовлении высокотехнологичных блюд из разных видов мяса, дичи и птицы. Так же в меню ресторана предоставлена обширная винная карта, способная удовлетворить самого изысканного потребителя.

«Воздух» специализируется на обслуживании банкетов, фуршетов, кофе-брейков, деловых и официальных приемов, также заведение подходит для романтических свиданий, семейных обедов и ужинов. Обслуживание посетителей осуществляется официантами, метрдотелями, барменами, в совершенстве знающими виды сервировки, правила и технику обслуживания, имеющих знание иностранного языка, необходимые для выполнения своих обязанностей.

Основными задачами ресторана на данном этапе являются:

- удовлетворение потребностей посетителей в услугах общественного питания
- извлечение максимальной чистой прибыли

Согласно ГОСТ 30389-2013, ресторан «Воздух» предоставляет:

1. Услуги питания.
2. Услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий.
3. Услуги по организации потребления и обслуживания.
4. Услуги по реализации кулинарной продукции.
5. Услуги по организации досуга.
6. Информационно-консультативные услуги.
7. Прочие услуги

Услуга питания ресторана представляет собой услугу по изготовлению, реализации и организации потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления из различных видов сырья, покупных товаров и вино-водочных изделий, оказываемую квалифицированным производственным и обслуживающим персоналом в условиях повышенного уровня комфорта и материально-технического оснащения в сочетании с организацией досуга.

Услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий включают: изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей, в том числе в сложном исполнении;

Услуги по организации потребления продукции и обслуживания включают: организацию и обслуживание торжеств, семейных обедов и ритуальных мероприятий; организацию питания и обслуживание участников конференции, семинаров, совещаний;

Услуги по реализации кулинарной продукции включают: отпуск комплексных обедов с собой и продажа покупных товаров через барную стойку;

Услуги по организации досуга включают: организацию музыкального обслуживания;

Информационно - консультативные услуги включают: консультации специалистов по изготовлению, оформлению кулинарной продукции и кондитерских изделий и сервировке стола;

Прочие услуги включают:

- прокат столового белья, посуды, приборов, инвентаря;
- упаковку блюд и изделий, оставшихся после обслуживания потребителей;
- упаковку кулинарных изделий, приобретенных на предприятии;
- гарантированное хранение личных вещей (верхней одежды) гостя;
- вызов такси по заказу гостя.

Перейдем к рассмотрению сильных и слабых сторон предприятия. Для более подробного рассмотрения используем метод SWOT-анализа. Данные для SWOT-анализа были взяты из результатов опроса гостей ресторана и опроса управляющего (см. приложение 1).

«Таблица 1»

SWOT – анализ ресторана "Воздух"

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● доступные цены; ● хорошее качество блюд и напитков; ● оптимальное сочетание качества и цены на предоставляемые услуги; ● большой ассортимент кухонь, блюд и напитков; ● специальная детская комната и меню; ● система дисконтных карт. 	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● режим работы (до 00.00, 01.00 ч.); ● часто очереди (трудно попасть); ● отсутствие Wi-Fi, кальяна; ● текучесть кадров, нехватка персонала.
Внешняя среда	<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● развитие сети (появление новых филиалов в г. Самаре и других городах). 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● появление новых сильных конкурентов; ● снижение цен на услуги конкурентов; ● появление дополнительных сильных сторон у конкурентов.

Исходя из SWOT-анализа предприятия, можно сделать выводы о наличии большого количества сильных сторон у ресторана, что, безусловно,

положительно сказывается на его деятельности, привлекает клиентов. Но в то же время у предприятия имеется немало слабых сторон, которые изучают конкуренты и пользуются таким положением.

Итак, ресторан «Воздух» - это ресторан среднего класса, рассчитанный на массовую аудиторию. «Воздух» - это ресторан с большим потенциалом, удачно разработанной концепцией. Одной из главных ценностей ресторана являются гости. Чтобы посетители чувствовали себя уютно, в ресторане тщательно был подобран интерьер, музыка, обслуживание, соответствующие концепции («Секрет уюта прост – просто быть в своей компании»). У ресторана есть много положительных черт, которые положительно влияют на работу и развитие, но существует также ряд слабых черт. Анализируя и устраняя свои недостатки, ресторан имеет большой потенциал развития и укрепления своих позиций на рынке общественного питания.

Гость - самый важный элемент в ресторане. Лучшую рекламу ресторану всегда создают его гости. Хороший сервис становится памятным событием, о котором гость будет говорить. Но посетитель, получивший качественную еду и столкнувшийся с плохим сервисом, вряд ли даст ресторану второй шанс. Рекомендации знакомых и друзей, добрые личные отзывы, показывают чаще большую эффективность, чем реклама. Чтобы понять насколько ресторан соответствует требованиям гостей, нужно постоянно оценивать его работу. И эта оценка имеет определяющее влияние на положительную динамику качества сервиса в ресторане. Необходимо чутко прислушиваться к просьбам и жалобам гостей, выражая благодарность за любые отзывы. И постоянно совершенствовать свой сервис, стараясь сделать отдых гостей максимально комфортным.

Каков же механизм выбора посетителем того или иного ресторана? Конечно, это кухня, уровень обслуживания, интерьер и настроение, которое создают все эти слагаемые. Чем выше цены в заведении, тем большее значение имеет качество сервиса.

В ресторане "Воздух" среди гостей был проведен опрос и было выяснено, на что гости в большей степени уделяют внимание. Целью опроса было выяснить, почему уходят гости. Проанализировав, пришли к выводу - 70% обращают внимание на качество сервиса, 15% - на качество продукта и 15% на цены (данные из корпоративной книги предприятия).

Ресторан "Воздух" - это ресторан среднего класса. Цены рассчитаны на средний достаток. Соответственно и качество сервиса гости ожидают на этом же уровне. В первые годы появления данного ресторана такого уровня сервиса было достаточно, чтобы привлечь гостей и приобрести постоянных посетителей. Но, в последние годы появилась достаточно большая конкуренция. На рынке общественного питания Самары появилось достаточное количество предприятий с аналогичной концепцией. Такие как "Рататуй", "Room - кафе", "Сушимак", "Большие тарелки". Схожий интерьер, оформление, позиции в меню, цены. Поэтому, чтобы не дать своим гостям уйти к конкурентам, нужно поднимать уровень сервиса, сделать его отличным от конкурентов.

Заключение. Сервис – это особый вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей посредством оказания услуг. Существуют разного вида услуги, направленные на неосязаемые и осязаемые активы человека. В настоящее время сфера услуг занимает большое место в жизни людей. Поэтому наиболее важным критерием услуг является их качество. Чем выше качество услуг, тем лучше происходит удовлетворение потребностей потребителей.

Общественное питание – это совокупность предприятий в сфере услуг, деятельность которых направлена на удовлетворение пищевых потребностей потребителей. На рынке существует большое количество разнообразных предприятий общественного питания разного типа, класса и уровня обслуживания. Предприятия общественного питания одновременно могут удовлетворять несколько разных потребностей потребителей: в еде, отдыхе, общении безопасности и так далее. Важным инструментом в

удовлетворении этих потребностей является сервис, культура обслуживания. Качество сервиса напрямую зависит от работников контактной зоны предприятия. Чем качественнее будет выполнена работа данных сотрудников, тем довольнее будет гость. От того на сколько качественно удовлетворяются потребности гостя, будет зависеть то количество денег, которые гость будет готов оставить в данном заведении. Следовательно, качественный сервис, довольный гость - залог успеха любого предприятия гостеприимства.

Ресторан «Воздух» - это ресторан среднего класса, рассчитанный на массовую аудиторию. Основные акценты сделаны на демократичные цены, вкусную и качественную кухню, сочетание блюд японской, итальянской, европейской и русской кухни, быстрое и приветливое обслуживание, уютную и теплую обстановку.

У ресторана есть свой собственный стиль, которого они придерживаются во всем, начиная от интерьера и формы для персонала, и заканчивая сайтом, рекламой, упаковкой для блюд на вынос. Ресторан «Воздух» работает уже более пяти лет и крепко держит свои позиции на рынке. Это одно из немногих заведений общественного питания, в котором почти каждый вечер стоят очереди желающих поужинать и отдохнуть.

У ресторана есть много положительных черт, которые положительно влияют на работу и развитие, но существует также ряд недостатков, слабых черт. В данной работе разработано несколько путей совершенствования сервиса ресторана. Устраняя свои недостатки, ресторан «Воздух» имеет большой потенциал развития и укрепления своих позиций на рынке услуг общественного питания города Самары и области.

И.И. / Лобовухина Е.В.