

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**«Стандарты сервиса в индустрии гостеприимства на примере ресторана
«Green House»»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 451 СПО группы

направление 43.03.01 – Сервис

Института истории и международных отношений

Алимовой Анны Руслановны

Научный руководитель:
доцент кафедры туризма
и культурного наследия,
к.с.н.

_____ Е.А. Раевская

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

_____ Т.В. Черевичко

Саратов 2019

Введение

Туризм на сегодняшний день развивается весьма стремительно. Именно туризм стал одним из доступных средств познания окружающего нас мира, его достопримечательностей, истории и культурного наследия. Туризм представляет собой один из видов услуг и принадлежит к быстро развивающимся отраслям экономики.

В современной научной литературе существует много определений терминов «туризм» и «гостеприимство». Гостеприимство – это более точное понятие, так как направлено на удовлетворение потребностей не только туристов, но и потребителей вообще.

Следует выделить, что понятия гостеприимства и туризма нельзя рассматривать в отдельности: это два взаимосвязанных термина. Туристы являются потенциальными потребителями, имеющими разнообразные желания и потребности, зависящие от целей их путешествий.

Понятие «гостеприимство» во всех словарях толкуется как любезный прием гостей, радушие по отношению к гостям. Гостеприимство – это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая все лучшее для потребителей услуг (туристов). Индустрия гостеприимства включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных конференций.

Таким образом, индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов.

В процессе подготовки данной работы изучены работы отечественных и зарубежных ученых-экономистов и специалистов практиков в области гостиничного хозяйства Г.В. Бражник, Т.Ю. Горьковой, Н.М. Гусевой, М.В. Кобяк, Т.А. Комиссаровой, А.Л. Лесника, И.Е. Москалевой, М.Э.

Немоляевой, М.М. Нестерук, Огневой, Т.П. Саушкиной, В.И. Сигова, М.Н. Смирновой, И. Ансоффа, Д. Боуэна, П. Дойля, Ф. Котлера, М. Портера, Дж. Стрикленда, А. Томпсона и др. и были использованы в написании дипломной работы.

Следует отметить, что в большинстве работ исследуются преимущественно макроэкономические проблемы в сфере туризма и гостеприимства, при этом недостаточное внимание уделяется особенностям организационно-экономического механизма управления субъектом гостиничных услуг – отдельно взятым предприятием. В вышеуказанных научных работах большое внимание уделено проблемам обеспеченности персоналом, изучению качества трудовых ресурсов и эффективности их использования, а так же методики анализа качества предоставляемых услуг.

Актуальность данной выпускной квалификационной работы состоит в том, что рациональное и активное применение в своей деятельности международных стандартов обслуживания экономически весьма целесообразно для российских предприятий сферы ресторанного бизнеса. Благодаря этому, можно обеспечить требуемое качество услуг, организовывать отлаженный и непрерывный технологический процесс и, в конечном счете, приводит к международному уровню обслуживания, расширению сотрудничества с зарубежными партнерами, установление более высокого уровня цен и в целом повышению уровня конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке.

Обслуживание, соответствующее международным стандартам, предполагает также владение сотрудниками навыками поведения в обществе, общения, культуры речи, знание тонкостей профессионального этикета.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение теоретической основы стандарта обслуживания и его элементов, а также разработка практических рекомендаций по повышению уровня сервиса на предприятии общественного питания.

Для того чтобы раскрыть данную цель, необходимо решить некоторые задачи, такие, как:

- изучить теоретические обоснования системы стандартов и понятие стандарта качественного обслуживания;
- выявить сущность гостеприимства, как составляющей качественного обслуживания;
- ознакомиться с требованиями к внешнему виду персонала на примере ресторана «Green House» г. Энгельс;
- проанализировать стандарты поведения и общения персонала с клиентами в ресторане «Green House»;
- разработать рекомендации по совершенствованию обслуживания в ресторане «Green House».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Во введении обосновывается актуальность темы, определяются цель и задачи выпускной квалификационной работы. В первой главе «Стандарты обслуживания на предприятиях общественного питания: теоретические основы» рассматриваются правила обслуживания доброжелательного обращения с клиентом, которые требуют таких же стандартов уважительного отношения внутри компании, т.к. от внутренней среды общения зависит и дальнейшее настроение рабочих.

Во второй главе «Особенности предоставления услуг в ресторане «Green House» г.Энгельс», изучена общая характеристика предприятия, изучено толкование качества услуг. Каждый ресторан должен гарантировать клиентам: качественное приготовление пищи из продуктов высокого качества, чистоту, гигиену, эстетичность, четкое обслуживание (компетентность, вежливость персонала); личную безопасность и безопасность имущества клиентов (безопасность от уголовного и террористического насилия, а также пожарную, техническую, санитарную,

экологическую), также рассмотрены методы оценки качества процесса обслуживания на предприятии общественного питания, основные стандарты ресторанной службы в ресторане «Green House при гостиницы «Волга» г. Энгельс.

В третьей главе «Рекомендации по совершенствованию обслуживания в ресторане «Green House»», выявлены проблемы при внедрении стандартов обслуживания в ресторане «Green House» и разработаны рекомендации по совершенствованию работы.

Выпускная квалификационная работа носит прикладной характер, т.к. представленные результаты исследования могут служить для ресторанного комплекса основой для планирования программы продвижения.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Основной целью производственного процесса обслуживания клиентов на предприятиях общественного питания является продажа готовой продукции и организация ее потребления. Эти функции определяют процесс обслуживания. Процесс обслуживания в общественном питании — это совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации кулинарной продукции и организации досуга.

Методы и формы обслуживания на предприятиях общественного питания обуславливаются от определенных факторов: места приема пищи, категория потребителей, способ ее доставки и получения потребителем, стадия участия персонала в обслуживании и др.

Метод обслуживания потребителей – это способ, благодаря которому потребителям совершается реализация продукции. На предприятиях общественного питания существует несколько методов обслуживания:

1. самообслуживание;

2. обслуживание официантами;
3. комбинированное обслуживание.

Встреча гостей ресторана начинается у входной двери, где их встречает швейцар в униформе — ливрее, фуражке и перчатках белого цвета. В вестибюле навстречу посетителям выходят гардеробщики и, принимая у гостей верхнюю одежду, выдают им фирменные номерки.

Затем посетители могут привести в порядок свой внешний вид напротив зеркала. У входа в зал ресторана посетителей приветствует метрдотель, и сопровождает до свободного стола. Если по одной из причин метрдотель отсутствует, то эти обязанности исполняет бригадир официантов. Предлагая гостям выбрать места за столом, следует иметь в виду, что мужчина должен сесть слева от женщины, а при обслуживании ей нужно подавать блюда в первую очередь.

При обслуживании гостей, официант должен соблюдать принятые правила этикета. Правила этикета гласят, если гость женщина, ей следует помочь занять место за столиком, т.е. подставить кресло. В первую очередь меню предлагается самой старшей из женщин. После нескольких минут ожидания, следует вежливо спросить, нужна ли ей помощь в выборе блюда. Если гость попросит совет с выбором того или иного блюда, официант должен прийти к ним на помощь, стараясь учесть вкусы посетителей. Если гостю не требуется помощь от официанта, ему рекомендуется терпеливо ждать.

Существует несколько способов подачи закусок и блюд в ресторане: это «В обнос», «В стол» и предварительное перекладывание блюд на тарелки.

1. (французский способ) — с перекладыванием заказного блюда на тарелки гостю с помощью специальных приборов;
2. русский способ — с расстановкой заказных блюд (несколько порций в одной посуде) на обеденном столе;
3. предварительное перекладывание закусок и блюд на тарелки гостей на подсобном или приставном столе (английский способ).

Подача блюд «в обнос» — этот способ применяется на банкете с полным обслуживанием или при обычном обслуживании.

Итак, таким образом, можно сделать вывод, что люди, посещая рестораны, хотят и ожидают вежливого обслуживания и приветливости, хотят индивидуального подхода, эмоционального участия, хотят быть уверенными в том, что его обслужат не хуже других и даже лучше. Простая внимательность и искреннее радушие - одно из главных требований клиентов.

Что бы оставаться на высшем уровне, обслуживающий персонал обязан знать продукцию ресторана и правила работы с клиентами. Для этого необходимо систематически проводить тренинги и семинары для персонала.

Также, можно отметить, что, любая неприятная мелочь или деталь может испортить всё впечатление клиента от компании, даже если во всем остальном обслуживании было без претензий. Поэтому, персонал в процессе обслуживания не оставляет без внимания ни одну мелочь.

Когда наступает этап подготовки ресторана к обслуживанию, все начинается с уборки помещения, расстановки столов, накрывание их скатертями, получение столовых приборов и посуды, сервировки столов и личная подготовка официанта к работе.

При встрече посетителей, приеме заказа и обслуживании официант должен соблюдать принятые правила этикета. Официанту требуется знать все меню, так же ему необходимо досконально знать не только ассортимент вин в баре, но и их качество, и умело рекомендовать посетителям те или иные вина в сочетании с заказанными блюдами.

После обслуживания, официант готовит счет на специальном бланке. Счет пишется разборчиво в двух экземплярах с указанием фамилии официанта, даты, суммы (с перечислением всех заказанных блюд и напитков и их цен).

Обслуживая гостей по стандартам, официанту нужно быть очень внимательным и аккуратным, чтобы избежать неловких ситуаций, например:

испачкать гостя или что-то случайно пролить. Официант всегда уточняет у клиента дополнительные его пожелания.

Когда речь заходит о предоставлении услуг наивысшего качества, можно отметить, что для построения отличного обслуживания клиентов требуется принятие на себя ответственности по созданию и поддержанию особой деловой философии, которая фокусируется на клиенте. Такая ответственность принимается как со стороны сотрудников, так и со стороны менеджмента, особенно со стороны персонала «передней линии».

Стандарты обслуживания - определенный устав правил обращения с клиентом. Данные правила должны гарантировать, что каждому клиенту будет гарантирована реакция на его запрос, обращение с клиентом будет обеспечиваться на высшем уровне, запросы будут обрабатываться своевременно, а также удобство обслуживания, и, наконец, то, что компания готова гарантировать компетентность услуг, которые она предоставляет. Исходя из этого, можно сделать вывод, что правильность использования стандартов обслуживания, гарантирует, привлечение новых клиентов и преданность постоянных.

Стандарты уважительного отношения внутри компании требуют такое же доброжелательное обращения, как и с клиентом. Как известно, в процессе предоставления услуги или создания продукта, необходимо четкое взаимодействие различных отделов и департаментов компании, одни из которых выступают в роли заказчиков, это являются внутренние клиенты, а другие в роли поставщиков. Именно поэтому, стандарты обслуживания должны затрагивать и внутренние процессы, устанавливая четкие правила обработки запросов «внутренних клиентов».

Стандарты обслуживания клиентов немислимы без стандартов менеджерской работы, ведь не секрет, что работа предприятия – лишь отражение работы менеджмента компании.

Создавая стандарты обслуживания клиентов, важно с самого начала закладывать в них высокое качество обслуживания. Высокое качество

обслуживания может быть обеспечено исключительно за счет приверженности мелочам и постоянного превышения ожиданий потребителя.

Можно отметить, что в обслуживании клиентов нет незаметных мелочей – любая неприятная вещь может испортить впечатление клиента от компании, даже если обслуживание во всем остальном было безупречным. По этой причине в момент обслуживания клиентов не должна остаться без внимания ни одна мелочь со стороны персонала. В случае, когда компания сможет превзойти ожидания своих клиентов – они получают существенный позитивный заряд, который обязательно сделает их лояльными и постоянными клиентами компании. На основании рассмотренного теоретического материала по стандартам обслуживания клиентов было установлено следующее: что правила обслуживания доброжелательного обращения с клиентом требуют таких же стандартов уважительного отношения внутри компании, т.к. от внутренней среды общения зависит и дальнейшее настроение рабочих. Метод «тайный покупатель» - это достаточно эффективное мероприятие для ресторана, т.к. этот обученный человек, оценивает персонал по чек листу.

Обслуживание по данному чек листу даёт понять, на сколько процентов выполняет свою работу какой-либо сотрудник. Из этого вышестоящий руководитель может сделать выводы, в каком направлении ему нужно двигаться дальше, чтобы усовершенствовать деятельность своих работников, и что нужно усилить процессе обслуживания.

В практической части была представлена общая характеристика ресторана «Green House». Автор пришел к следующим выводам: что ресторан «Green House», является центральной зоной отдыха в г.Энгельсе и занимают одно из ведущих мест в Саратовской области по предоставлению гостиничных и ресторанных услуг.

Ресторан «Green House» относится к предприятиям, организующим производство, реализацию продукции общественного питания и обслуживания потребителей с потреблением на месте.

Данный ресторан специализируется на Европейской, Кавказской, Мексиканской и Русской кухне.

В ходе проведенного исследования в ресторане «Green House» были выявлены недочеты в совершенствовании деятельности ресторана, по которым можно сделать следующие выводы:

— Проблема неудовлетворения клиентов, которое формирует отрицательное общественное мнение, и порождает проблемы недоверия к качеству предлагаемых услуг. Эту проблему можно решить путем повышения квалификации персонала и разработкой рекламных мероприятий;

— Проблема удовлетворенности служащих, которая негативно сказывается на качестве выполняемой ими работы и влечет за собой конфликты внутри отдела, снижение работоспособности. Для этого можно разработать мероприятия поощрения сотрудников, наладить их корпоративную культуру, стабилизировать график работы.

Самой распространенной оплошностью при внедрении и разработке стандартов обслуживания клиентов являются:

— Общие, не четкие формулировки стандартов, при работе с клиентами;

— Неверные стандарты не совпали с ожиданиями покупателя;

— Стандарты вошли "для галочки", без четкого понимания их необходимости;

— Отсутствие контроля при выполнении стандартов;

— Неэффективная система внедрения стандартов обслуживания.

Проблемы обслуживания, по стандартам существующие в ресторане «Green House», и пути их решения

1. Скорость обслуживания;
2. Точность исполнения заказа;
3. Превосходнейшее желание гостя;
4. Дружелюбие и вежливость;

5. Внимательность.

Как и у любого другого общественного предприятия питания, у ресторана «Green House» есть множество недостатков, которые он старается устранить: формирует фирменный стиль, внедряет новые услуги, формирует рекламную кампанию и продвигает свой продукт, но не смотря на устойчивое положение на рынке, ресторану «Green House» тоже предстоит упорная работа по модернизации своего предприятия для постоянного улучшения обслуживания.

Все предложенные рекомендации направлены на улучшение работы с клиентами, что в свою роль будет отражаться на увеличении прибыли ресторана.

Замечание работы по стандартам получают сотрудники, контактирующие с гостями ресторана, которые не приветствуют гостя в течение тридцати секунд, как требуется по стандартам. Данный фактор следует устранить. Для этого, руководству ресторана необходимо тщательно следить за этим, во избежание, негативного впечатления гостя.

В выпускной квалификационной работе была сделана оценка эффективности предложенных мероприятий. Рассчитана оценка эффективности, на основе этих данных был сделан вывод, что разработанные мероприятия по продвижению ресторана «Green House» эффективны и могут быть рекомендованы к реализации.

Отдельное внимание отводится требованиям к знанию иностранного языка. Руководителю ресторана «Green House» нужно организовать курсы по изучению иностранных языков для всего персонала, который контактирует с гостями.

И, конечно же, необходимо совершенствовать интерьер и оформление зала ресторана, так как, ресторан поддерживается американского стиля. Это уже становится скучно и не интересно для постоянных клиентов.

Заключение

Перед рестораном «Green House» стоит высокая задача по предоставлению и поддержания качества обслуживания на высоком уровне, разработки стратегии улучшения обслуживания, своевременного устранения недостатков в предоставлении услуг.

Исследования показывают, что главной причиной того, вернется ли гость снова в этот ресторан или нет, является плохое или хорошее обслуживание, которое ему предоставили, а это ведь очень зависит и от стандартов, по которым работает данное предприятие. В первый раз гостя можно завлечь разнообразным меню, хорошей рекламой, или богатым интерьером, но в следующий раз он приходит благодаря профессиональной работе персонала и высокому качеству обслуживания, полученного ранее.

Проблема, связанная с качеством обслуживания очень актуальна во многих предприятиях питания нашей страны. Принимая во внимание тот факт, что требования клиентов по предоставлению высокого качества обслуживания постоянно меняются и возрастают, важнейшей стратегией является предоставление обслуживания такого качества, которое бы удовлетворяло все потребности клиентов и соответствовало установленным стандартам.

В целях повышения качества услуг и повышения культуры обслуживания следует также систематически проводить самооценку обслуживания – анкетирование персонала по поводу их взаимодействия с потребителями обслуживания и, конечно, анкетирование посетителей по поводу качества предоставляемых услуг. Накопление и обработка статистики анкетных опросов потребителей и персонала позволит руководству предприятия сформировать и документально оформить политику в области культуры и качества обслуживания.

Однако, к сожалению, в данном ресторане наблюдаются случаи того, что некоторые сотрудники не соблюдают в работе стандартов,

установленных руководителями, не предоставляют в обслуживании того качества, которого ожидают гости.

Работа с жалобами гостей, так же очень важная задача ресторана для сохранения своего имиджа. Жалобы являются важным источником обратной связи и симптомом более крупных проблем в будущем. Их повторение – недопустимо. Гости, жалобы которых были решены быстро и эффективно, становятся более лояльными и преданными по отношению к ресторану, чем те, с которыми вообще не было проблем.

Экономические показатели свидетельствуют, что, несмотря на зависимость от факторов загрузки гостиниц, ресторан достаточно стабильно стоит на «ногах».

Исходя из проделанной работы во время написания выпускной квалификационной работы, можно сделать вывод, что основным направлением работы ресторана «Green House» является создание комфортных условий и поддержание гостеприимной обстановки, а также предоставление качественного обслуживания посетителей. Для чего необходимо удерживать профессионалов, работающих на предприятии.

Таким образом, предложенные рекомендации направлены на разработку и реализацию стратегии продвижения, которая позволит предприятию развиваться, обеспечит приток гостей, укрепит рыночные позиции ресторана «Green House», и не только привлечет новых клиентов, но и сделает их постоянными гостями.

Эффективность разработанных мероприятий по продвижению ресторана «Green House» была подкреплена необходимыми расчетами, поэтому они могут быть рекомендованы к реализации.