

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование организации обслуживания на предприятии
общественного питания (на примере кафе «Миндаль»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Усачёвой Анастасии Сергеевны

Научный руководитель
доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

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 2021

Введение. Общественное питание – отрасль народного хозяйства, которая была, есть и будет самой востребованной сферой деятельности. В современном мире его развитие играет важную роль, ведь питание – это одно из главных условий существования человека.

Сегодня все больше открывается предприятий общественного питания различного типа, класса и спецификации.

Особенно важна культура обслуживания в условиях существующего экономического кризиса в стране, когда многие предприятия сервиса считают для себя излишним «ублажение» потребностей клиентов. Правильно встретить гостя, обходительно и красиво обслужить, вкусно, быстро, а самое главное качественно накормить, т.е. создать все условия для отличного отдыха является главной задачей работников кафе. Чтобы создать такую обстановку и атмосферу для гостей создана культура обслуживания.

Работодатели в 2021 году столкнулись с такой проблемой, как пандемия коронавируса. В условиях самоизоляции кафе не могут полностью функционировать, а также удерживать свой рабочий штат. Но, помимо изменений в рабочем составе, кафе столкнутся с проблемой изменений вкусов и привычек обычных посетителей. Всем понятно, что после окончания карантина в нашей стране без работы останутся миллионы людей. До радостного момента восстановления платежеспособного спроса «доживут» далеко не все компании, поэтому, определенно точно, нужно вносить новшества и совершенствования в работу заведений общественного питания.

На современном этапе необходима разработка нового подхода к организации обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания в условиях конкуренции. А также требует определения путей рационального и качественного обслуживания.

Объектом исследования является – общественное предприятие сферы обслуживания г. Саратова кафе «Миндаль».

Предметом исследования является – совершенствование обслуживания г. Саратова кафе «Миндаль».

Целью исследования является изучение особенностей деятельности предприятий общественного питания, рассмотрение классификации предприятий общественного питания, а также предложений по совершенствованию организации обслуживания в предприятии общественного питания на примере кафе «Миндаль».

Поставленная цель конкретизируется рядом задач:

- рассмотреть теоретические основы, специфику, сущность, классификацию и процесс обслуживания на предприятиях общественного питания;
- рассмотреть организацию процесса обслуживания;
- предложить пути совершенствования организации обслуживания потребителей в кафе «Миндаль»;

Основными источниками информации для выпускной квалификационной работы явились: нормативно-правовые акты, как федеральный закон РФ, постановление Правительства РФ, ГОСТы и др.; учебные пособия таких авторов, как Погодин К.С., Радченко Л.А., Солдатенков Д.В., Торопова Н.Д., Усов В. В. И др.; статьи в электронных журналах; внутренние документы кафе «Миндаль»; источники сети Интернет.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3 глав, заключения, списка использованных источников, приложений, и выполнена на 66 страницах. Работа включает 11 таблиц, 8 рисунков и 3 приложения.

Основное содержание работы. В первой главе «Теоретические основы и исследования процесса обслуживания населения на предприятиях общественного питания» рассматриваются основные понятия, развитие процесса обслуживания и типы предприятий общественного питания, исследуются основные задачи, ряд особенностей и рекламно-информационная деятельность на предприятиях общественного питания.

Общественное питание представляет собой отрасль, в основу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей и различающиеся по типам, специализациям.

На предприятиях общественного питания любого типа и класса обязательно должны обеспечиваться безопасность жизни и здоровья потребителей, а также сохранность их имущества при условии соблюдения ГОСТ Р 56766-2015 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания. Требования к изготовлению и реализации».

Предприятия общественного питания выполняют три взаимосвязанные функции:

- производство кулинарной продукции;
- реализация кулинарной продукции;
- организация ее потребления.

Услуга общественного питания – это результат деятельности предприятий и граждан предпринимателей по удовлетворению потребностей потребителя в питании и проведении досуга.

Услуги общественного питания должны отвечать требованиям безопасности и экологичности, целевому назначению и предоставляться потребителям в условиях, отвечающих требованиям действующих нормативных документов. В процессе обслуживания потребителей комплекс услуг должен соответствовать типу предприятия и его классу. При оказании услуг должно быть учтено требование эргономичности, т.е. соответствие условий обслуживания гигиеническим, антропометрическим, физиологическим потребностям потребителей. Соблюдение требований эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания.

Так, например, услуга питания ресторана представляет собой услуги по изготовлению, реализации и организации потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления из различных видов сырья, покупных товаров и вино-водочных изделий, а услуга питания закусочной представляет услугу изготовления узкого ассортимента кулинарной продукции.

Культура обслуживания – это один из основных критериев в оценке деятельности работников общественного питания. К основным факторам, определяющим культуру обслуживания, относятся наличие современной

материально-технической базы, виды и характер предоставляемых услуг, ассортимент и качество выпускаемой продукции, внедрение прогрессивных форм обслуживания, уровень рекламно-информационной работы, профессиональное мастерство работников общественного питания. Культура обслуживания на высоком уровне повышает конкурентоспособность предприятия, что очень важно при рыночных отношениях.

Для непрерывной работы предприятия и постоянного дохода от оказания услуг общественного питания, нужна реклама. Действенная, эффективная реклама – это результат очень тщательного планирования работы. Для предприятий общественного питания нужна реклама, которая будет содержать информацию не только о месте расположения предприятия, но и об оказываемых им услугах. Чтобы потребители захотели посетить данное предприятие, реклама должна привлекать и создавать только положительное мнение в представлении гостей. Средства внешней рекламы во многом носят индивидуальный характер – они должны гармонично вписываться в экстерьер, выполнять информационную, эстетическую и рекламную функции.

В условиях пандемии актуальна реклама о доставке товаров. В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Во второй главе «Организация процесса обслуживания в кафе «Миндаль»» анализируется само кафе с точки зрения: удобного расположения, цикла производства (полный), светового и музыкального оснащения, дополнительных услуг, а также наличия всех критериев по ГОСТам и др.

Кафе «Миндаль» располагается близ набережной Волжского района г. Саратова по ул. Соборная д.9. Несмотря на то, что в данном районе расположены места для отдыха, данное кафе пользуется спросом у населения и имеет своих

клиентов. Тип этого предприятия относится к кафе, оно располагается на первом этаже девятиэтажного кирпичного здания.

В кафе «Миндаль» линейная структура управления. Линейная организационная структура управления характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель-единоначальник, наделенный всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками и сосредоточивающий в своих руках все функции управления.

Это кафе относится к предприятиям с полным циклом производства. В кафе готовят и реализуют горячие и холодные блюда, кулинарные изделия несложного приготовления, холодные и горячие напитки, а также реализуются некоторые покупные товары. По характеру производства кафе относится к предприятию с полным циклом, так как работает на сырье, производит полуфабрикаты, а затем готовую кулинарную продукцию и реализует ее через торговый зал. Также есть барная зона.

В кафе для создания уютной обстановки, способствующей отдыху посетителей, организовано музыкальное обслуживание и караоке. В кафе посетителей обслуживают официанты. Оплата отпущенной продукции производится за наличный расчёт по счёту, онлайн и пластиковыми карточками, предъявленными официанту посетителями. Время работы кафе с 12.00 до 02.00 часов ночи без выходных. Обеденный зал рассчитан на 120 посадочных мест.

Из оборудования в кафе имеется:

- звуковое оборудование – две колонки; два сабвуфера; микрофоны; микшерный пульт, караоке машина.
- световое оборудование – две вращающиеся «свето-головы».

На стенах по всему помещению (кроме сцены) расположены экраны. Во время банкетов на них проецируются различные изображения или видео. В помещении за баром находятся вешалки для одежды, а также рассредоточены по залу: большая на входе в зал, маленькие по периметру зала. Также есть детская игровая комната, оборудованная игровой площадкой с шариками.

В состав кафе входят следующие помещения: производственные, административно-бытовые, помещения для посетителей. Кухня расположена на первом этаже между двумя заведениями кафе «Миндаль».

Для обеспечения правильной работы кафе заранее комплексно снабжается сырьем и полуфабрикатами. Продукты регулярно поступают с продуктовых баз и предприятий пищевой промышленности. Основными требованиями являются: поставка необходимого ассортимента товаров в достаточном количестве и высокого качества; завоз товаров без опозданий; минимальные трудовые затраты при организации снабжения. Складское помещение размещено на первом этаже, вблизи служебного входа.

К административно-бытовым помещениям относятся: кабинет директора, бельевая, гардероб для персонала, уборные. Для гостей предусмотрены: вестибюль, где находится гардероб (для посетителей), туалетная комната, а также зал самого кафе.

Меню кафе предоставляет свободный выбор различных блюд и включает в себя: европейскую кухню; итальянскую кухню; узбекскую кухню; японскую кухню; бизнес-ланч (Ланч 12:00-16:00); крафтовое пиво; вегетарианское меню; винную карту; детское меню; постное меню; Оно оформлено компьютерным способом на листе формата А4, составленное в красочную книгу. К каждому блюду прилагается его готовое фото, выполненное профессионалом. Меню само по себе служит средством рекламы, ведь красочно оформленное меню с четко напечатанными названиями блюд и ценами свидетельствует о высоком уровне обслуживания в ресторане. На обложках меню помимо эмблемы кафе «Миндаль» помещены фотографии фирменных блюд. Несмотря на разнообразие рекламных средств, используемых в общественном питании, лучшей рекламой любого кафе служат отличное качество блюд и высокая культура обслуживания.

Кафе «Миндаль» соответствует санитарным требованиям, полностью обеспечен оборудованием и достаточным количеством посуды и инвентаря. Работники грамотно подошли к рекламным составляющим своего предприятия, а также не «оставили скучать» посетителей, предложив на выбор огромное

количество мероприятий и шоу. В том числе позаботились о гостях с маленькими детьми.

В кафе применяется метод индивидуального обслуживания посетителей официантами в зале за столиками и барменом в отведенном для бара месте, представлен отпуск комплексных обедов, доставка обедов на дом и бронирование столов. Оно работает как в открытом режиме для всех, так и в закрытом в виде различных банкетов, корпоративов и праздников.

Каждый всероссийский праздник (8 марта, 23 февраля или новый год) отмечается и в кафе. Кафе организывает программу с ведущим, конкурсами, призами и дискотеккой. Например, «Stand up» или иное юмористическое шоу, на которое продаются билеты. Если на данное мероприятие привозят выступить медийного человека (например, участник шоу «Stand up» на ТНТ), то билеты уже дороже и продаются заблаговременно. В кафе расставляются дополнительные стулья и столы, чтобы вместить всех желающих. Во время концерта можно покушать и выпить.

Это никак не отражается на гостях в плане затрат, однако возможен депозит, когда гость заранее вносит сумму на 1 человека в районе одной тысячи рублей. Посещая кафе, эту сумму клиент может полностью потратить на заказы из меню. Либо кафе снимают определенные организации, например – «Восточные танцы Саратова», которые делают свою программу с конкурсами. На данные мероприятия кафе для других посетителей закрыто.

В состав кейтеринга кафе «Миндаль» входят: банкет; детские праздники; кофе-брейк; напитки; фуршет; шведский стол;

Услуги кафе «Миндаль»: заказ столиков; бизнес-ланч; дискотека (каждую пятницу и субботу); кальян; доставка любых готовых блюд;

В марте-апреле 2021г. был проведен опрос респондентов с целью их знаний кейтеринговых услуг и заинтересованности в кейтеринговых услугах предприятий питания г. Саратова. Было опрошено 41 человек, из них 36% женщин и 64% мужчин в разной возрастной категории от 18 до 60 лет и старше. Онлайн-опрос прошли преимущественно студенты, которые учатся. А также,

которые совмещают работу и учебу. У большей части респондентов среднемесячный доход не превышает 40 тысяч рублей. Далее было выяснено, что ознакомлено с понятием «кейтеринг» только 19,5% респондентов, а 19,5% «только что посмотрели в интернете».

Данное исследование подтверждает, что услугами кейтеринга жители г. Саратова пользуются не часто. Причина состоит в следующем: 17,1% ответивших считают, что эта услуга дорогая. Респонденты не могут ее себе позволить в связи с нехваткой денежных средств; 19,5% человек считают, что сами справятся лучше; остальные ответы разделились – не нуждаюсь или нет необходимости (73,2%), «не доставляет до моего места жительства» и «по праздникам» – по 2,4% опрошенных.

Чаще всего респонденты обращаются к таким предприятиям общественного питания, как: «KFC», «Макдональдс», «Додо Пицца», «Delivery club», «Чайхана», «Саюри суши» и др. предприятия, которые готовят суши.

В заключительной главе «Пути совершенствования организации обслуживания потребителей в кафе» исследуются мероприятия по совершенствованию процесса обслуживания в кафе «Миндаль» с разработкой комплекса конкретных рекомендаций по внедрению новых услуг.

В числе составленных рекомендаций, предложенных для реализации, были выделены следующие:

- Возобновление работы официального сайта кафе «Миндаль» и страницы в соцсети «ВКонтакте»;
- Еженедельное ведение актуальной информации о работе кафе и мероприятий;
- Запуск «прямых эфиров» из кафе;
- Внедрение кейтеринга в кафе «Миндаль»;
- Закупка необходимых товаров для кейтеринга и обучение персонала;
- Разработка и заказ рекламных листовок с информацией о новой услуге.

Исходя из всех перечисленных положительных и отрицательных сторон кафе «Миндаль», самым выгодным решением кажется внедрение кейтеринга и возобновление работы интернет-сайтов с добавлением «прямых эфиров» приготовления блюд из кухни кафе.

Есть контингент потребителей, который посещает то или иное предприятие только, если там есть акции или праздничные шоу. Поэтому, еженедельное ведение «странички» на сайтах – будет отличной и прибыльной идеей. Обновлять каждую неделю раздел с акциями, которые будут проводиться в ближайшие дни, какая музыкальная программа будет проходить вечером, а также наличие каких-либо мастер-классов в данный день – первый шаг к успеху.

Вторым шагом сделаем виртуальное погружение в работу кафе. Для привлечения внимания можно проводить приготовления блюд в кафе перед публикой, а также с прямым включением в режиме онлайн через официальный сайт кафе «Миндаль» или группу в соцсети «ВКонтакте». Такая практика не только окажется интересной и полезной, ведь научит посетителей готовить блюда прямо у себя дома в режиме самоизоляции, но и поднимет уровень доверия посетителей к самому кафе.

Третьим шагом добавим к услугам кафе кейтеринг, ведь это поможет привлечь новый сегмент потребителей. Кейтеринг представляет собой организацию работы по предоставлению всех услуг и служб, связанных с приемом пищи, на территории заранее указанной заказчиками, чтобы это событие прошло в самых лучших традициях (в помещении или на выездном обслуживании; не только приготовление пищи и доставка, но и обслуживание, сервировка, оформление стола, разлив и подача напитков гостям и тому подобные услуги).

Одним из преимуществ будет тот факт, что на цену заказа не будет влиять срочность его исполнения. Сделать заказ кейтеринга в любом понравившемся клиенту месте обойдётся дешевле, чем провести такой же по масштабам вечер в ресторане. При подготовке к выездному кейтерингу оговариваются все мельчайшие нюансы меню, оформления, подачи блюд, а также формы

обслуживания. А конечная сумма счёта, которую предоставят заказчику будет зависеть от двух обстоятельств – стоимость меню из расчета на одну персону, и количество гостей.

После оценки внедрений оказалось, что чистая приведенная стоимость $(NPV) > 0$ – это говорит о том, что проект принесет прибыль, и он может быть реализован. Индекс рентабельности $(PI) > 1$, значит, что проект может быть принят к реализации. Внутренняя норма рентабельности (IRR) превышает величину процентной ставки, это означает, что проект окупится. А срок окупаемости проекта (PP) равен 8 месяцам.

Заключение. Развитие общественного питания сегодня играет важную роль в жизни человека. В зависимости от того, какую пищу мы употребляем, как она приготовлена, как подана, в каком качестве и количестве зависит наше дальнейшее существование. Клиенты приходят в кафе или ресторан не только для того, чтобы вкусно поесть или выпить оригинальный напиток, но и для того, чтобы провести деловую встречу, отметить вечер в кругу друзей, отпраздновать какое-нибудь событие в личной жизни, и, наконец, просто хорошо отдохнуть от рабочего дня.

Особую роль во всём этом будет играть, конечно же, культура обслуживания, а также наличие дополнительных услуг. Например, доставка из кафе, т.к. режим работы у каждого потребителя разный, с разным режимом дня, а потребности у них индивидуальные. Также, осведомленность клиентов о праздниках, акциях и шоу, проводимых в кафе.

Рассмотренное кафе «Миндаль» с обслуживанием официантами на 120 посадочных мест соответствует санитарным требованиям; полностью обеспечен оборудованием и достаточным количеством посуды и инвентаря.

Для привлечения гостей придумываются разные рекламные действия, например, рекламные вывески, объявления по радио, в социальных сетях и распространение бумажной рекламы. Ориентированность на предпочтения клиента или организацию обедов и праздников в таких объявлениях поможет расположить к себе потенциального потребителя. Но одного расположения

будет мало, нужно ещё доверие, поэтому данную проблему можно решить креативным способ – трансляция приготовления заказов через официальный сайт кафе. На прямых эфирах сложно обмануть потребителя и притворяться, что работа кухни не нарушается. Соответственно, уровень доверия возрастает.

После доверия можно закрепить эффект через услугу «кейтеринг». Выездное обслуживание дает возможность заказчикам организовать корпоративные столовые и организацию деловых встреч на совершенно ином качественном уровне. Часто среднестатистический служащий не располагает возможностями для полноценного обеда в заведении питания. А также, не все деловые встречи, приемы, презентации или корпоративные праздники могут быть проведены в зданиях предприятий.

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 затронула не только здоровье каждого человека на планете, она также продолжает менять потребительские привычки и настроения по всему миру. Многие вернутся на свои места, однако у людей останутся привычки, которые они приобрели во время карантина, например, – сохранится привычка экономить свое время и ориентироваться на новые модели потребления, открытые во время самоизоляции. Не самим ходить в кафе, а заказывать еду на дом. Проводить мероприятия не в кафе, а на свежем воздухе или в специальном месте, которое угодно заказчику.

Воплотив в жизнь все совершенствования, которые были предложены в дипломной работе, кафе «Миндаль» сможет не только упростить себе жизнь и поднять продажи, но также завоеует у потребителей самое главное – доверие. Доверие к качеству еды и обслуживанию. Рассмотрев прибыльность и окупаемость мероприятий по совершенствованию организации обслуживания в кафе «Миндаль», были проведены расчеты. Вследствие, подтвердилось, что предложенные совершенствования будут прибыльными.