

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование стандартов сервиса в индустрии
гостеприимства (на примере ресторана «Мона», г.Ташкент)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 551 группы

направления 43.03.01 - «Сервис»

Института истории и международных отношений

Ташматовой Александры Дмитриевны

Научный руководитель

доц., к.э.н

должность, уч. степень, уч.
звание

Е.А. Фролова

подпись, дата

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч.
звание

Т.В. Черевичко

подпись, дата

инициалы, фамилия

Саратов 2021

Рестораны являются неотъемлемой частью индустрии питания и играют важную роль в процессе обслуживания туристов. Рестораны приобретают ряд специфических черт благодаря расширению запросов клиентов.

Существует такое понятие, как «философия ресторанного бизнеса».

Философия ресторанного бизнеса представляет собой формальное изложение идей, которые отображают сущность компании и выполняют задачи, направленные на создание безупречного имиджа.

В наше время появилось достаточно большое количество ресторанов, которые ориентированы на клиентов разного уровня:

-городские рестораны, которые располагаются в городах и специализируются в предоставлении обедов или ужинов, часто корпоративных;

-рестораны самообслуживания, которые обычно расположены, как правило, в деловых и центральных районах, и посетителями которых являются люди, которым надо быстро поесть;

-вокзальные рестораны, которые расположены на железнодорожных, автобусных вокзалах, аэропортах и, как правило, работают круглосуточно в ущерб разнообразию меню;

-вегетарианские рестораны, возникшие в результате изменения потребностей населения;

-закупочные рестораны, которые относят к тем ресторанам быстрого обслуживания;

-выездные рестораны, которые обслуживают особые мероприятия- приемы, банкеты, фуршеты и вечера;

Объектом исследования в данной работе является ресторан ООО «Мона».

Предмет выпускного исследования организационно-экономические отношения и принципы ,возникающие в сфере стандартизации процессов сервиса ресторана.

Цель выпускной работы : на основе изученного теоретического материала по проблеме и анализа практики ресторана предложить направления совершенствования стандартов сервиса ООО «Мона».

Задачи:

1. Изучить теоретические основы стандартизации сервиса;
2. Провести анализ процессов сервиса стандартов ресторана ООО «Мона» ;
3. Предложить направления совершенствования процессов и стандартов сервиса ООО «Мона»;

Основное содержание выпускной квалификационной работы .

Предприятия питания и гостеприимства выполняют определенный ряд функций, направленных на удовлетворение потребностей потребителей в организации потребления пищи по месту жительства, работы, учебы, отдыха.

В связи с постоянно возрастающей конкуренцией в сфере общественного питания повышаются требования к качеству обслуживания. Услуги предприятий питания должны быть актуальными, соответствовать современным стандартам обслуживания, необходимым для обеспечения рентабельности и ежедневной бесперебойной работы заведения.

Залогом успешной деятельности ресторанов является не только его интерьер, оборудование, качество продукции и услуг, но и умение организовать процесс потребления пищи и досуг различных контингентов гостей с учетом их предпочтений на высоком уровне.

Это обуславливает необходимость изучения современных стандартов обслуживания при организации питания в ресторанах, гостиницах и туризме.

В первой главе «Теоретические аспекты стандартизации сервиса в индустрии гостеприимства» подробно рассмотрели такие важные аспекты как:

Понятие и сущность стандарты качественного обслуживания.

Основными направлениями развития современных технологий обслуживания в ресторанах, барах и кафе являются:

- создание концептуальных предприятий общественного питания;
- расширение сети виртуальных ресторанов, обеспечивающих приём заказа по сети Интернет и доставку его потребителю;
- приготовление блюд в присутствии посетителей;

- организация обслуживания по системе кейтеринг;
- внедрение мерчандайзинга (сбыта продукции и услуг).

Стандарт качества обслуживания – это нормативный документ, отражающий критерии, необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества в гостинице, детально описывающий совокупность процедур, каждодневных операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению посетителей.

"Золотое" правило обслуживания гласит: гостей следует обслуживать так, как бы вы хотели бы, чтобы обслужили вас. Стандарты качества обслуживания - это критерии, необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества.

Сегодня очевидно, что качественное обслуживание является одной из основных причин, по которой клиенты выбирают то или иное заведение. Сейчас человек может найти похожие услуги в разных ресторанах и при выборе заведения решающим фактором является не блюдо, не цена, а качество сервиса. Чтобы удивлять гостя, обслуживающий персонал должен владеть необходимыми умениями и навыками в частности, стандартами обслуживания, знанием продукта, умением его порекомендовать и продать.

Менеджмент ресторана должен заботиться о том, чтобы у персонала была необходимая квалификация, а также знания и навыки для выполнения своей работы наилучшим образом. Общие требования ко всему персоналу:

- вежливость, дружелюбие, энтузиазм, взаимодействие с коллегами, отношения с гостями;
- гибкость, адаптируемость;
- принятие ответственности, инициативность;
- личная гигиена;
- дисциплинированность, пунктуальность;
- знание работы, качество работы, внимание к деталям;
- работа с нагрузкой, при стрессе;

- способность выполнять задания до конца;
- осознание затрат; владение иностранным языком.

Таким образом, стандарты качества обслуживания позволяют не только добиться того, чтобы каждый работник четко знал что, как и когда он должен делать, но и объективно, совершенно беспристрастно оценить качество его работы, что часто бывает очень сложной задачей в коллективах.

Основными задачами предприятий общественного питания являются наиболее полное удовлетворение спросов населения, улучшение качества выпускаемой продукции, повышение культуры обслуживания.

Во второй главе моей работы был проведен анализ процессов гостеприимства и стандартов сервиса ресторана «Мона» г. Ташкент.

Ресторан "Mona" –ресторан Premium Klassa. Меню ресторана "Mona" составляют блюда Европейской кухни. Осуществляют доставка блюд по городу. Постоянным посетителями ресторана «Мона» являются гости Premium klass, известные личности Республики Узбекистан , в основном это постоянные гости в котором предоставляются скидки по карте до 10%. Действуют акции и специальные предложения.

Существует ряд способов деления потребителей на сегменты . Сначала можно представить все население в целом, а затем с помощью наблюдений анализировать поведение определенных людей и систематизировать полученные результаты.

Проведя анализ мы выяснили, что основными посетителями ресторана являются люди среднего возраста 26–40 лет (35%), в возрасте 15–19 лет (7%).молодые люди в возрасте 21–25 (21%) и 40–55 лет (37%),такой высокий процент посещения среди этой возрастной категории посетителей объясняется тем что в ресторане приятная и спокойная атмосфера которая хорошо подходит для отдыха с семьей или проведение деловых переговоров Так же, мы выявили что основной процент потребителей приходится на предпринимателей – 38% и на государственных служащих – 28%. Тихая и

спокойная обстановка дает возможность спокойно провести беседу и переговоры. Причем чаще всего такие посетители являются постоянными клиентами ресторана и внерабочее время. Они могут без опасений пригласить партнера на деловой обед, зная, что приготовленные блюда и обслуживание будут на должном уровне и не понизят его статус в глазах гостя.

Основными конкурентами ресторана «Мона» являются: Ресторан «HORI» паноазиатская кухня г.Ташкент , ресторан «Basilik» , ресторан «Teranyaki» г.Ташкент .

Основными преимуществами ресторана «Мона» можно выделить удобное месторасположение , ресторан находится в центре столицы окруженный гостиницами ,хостелами ,парками . Так же высоким качеством продукции ,сервиса и гостеприимства . Персонал ресторана «Мона» проходит повышение квалификации каждые пол года у лучших рестораторов столицы и стран СНГ .

В таблице 1 приведены основные финансовые результаты деятельности «Мона» за рассматриваемый период.

Таблица 1

Финансовые результаты ООО «Monagroup» , тыс.руб.

Показатель	Значение показателя			Изменение		
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016	2017/2015
Выручка	6480	8382	6702	1902	-1680	222
Себестоимость	5600	6957	5615	1357	-1342	15
Прибыль (убыток) от продаж	880	1425	1087	545	-338	207
Прочие расходы	249	310	242	61	-68	-7
ЕВИТ (прибыль до	631	1115	845	484	-270	214

уплаты процентов и налогов)							
Чистая прибыль (убыток)	631	1115	845	484	-270	214	

Таким образом, выручка за 3 последних года выросла до 6702 тыс. руб. (т.е. +222 тыс. руб.). Финансовый результат от продаж за рассматриваемый период повысился на 207 тыс. руб. Чистая прибыль в 2017 г составила 845 тыс. руб., увеличившись сравнительно с 2015 г на 214 тыс. руб. На рисунке 15 наглядно представлено изменение выручки и прибыли

Миссия ресторана «Мона» – это удовлетворение нужд современного человека в еде и отдыхе, хорошего время проведения.

Эффективность работы любого предприятия во многом зависит от организационной структуры управления.

Приведённая структура управления ресторана является линейно-функциональной, основанной на тесном сочетании линейных и функциональных связей в аппарате управления. Она обеспечивает такое разделение труда, при котором линейные звенья принимают решения и управляют, а функциональные - консультируют, информируют, координируют и планируют хозяйственную деятельность. Линейно-функциональная структура применяется на крупных предприятиях общественного питания.

Для того ,чтобы оценить, насколько качественно персонал обслуживает потребителей и следует принятым стандартам и правилам ресторана «Мона», мною был использован метод “Тайный Гость” – это метод маркетингового исследования направленный на измерение уровня соблюдения стандартов обслуживания клиентов, сотрудниками предприятия. На основе полученной оценки потребительского опыта, полученного гостем (клиентом) в процессе приобретения товара или услуги можно судить о потребительском качестве процесса обслуживания, соблюдения стандартов .

Преимуществом данного метода является засекреченность и неожиданность проверки, а также возможность оценки работы сотрудника в естественной обстановке. Использование методики «Тайный Гость» позволяет получить объективную информацию о том, как осуществляется обслуживание на предприятии. Результаты проведенной проверки оформляются документально, как правило, вне предприятия общественного питания. Заполняется анкета, в которой учитываются параметры выполнения и невыполнения требований согласно стандартам обслуживания, утвержденным руководством на данном предприятии. В результате заказчик исследования получает отчет.

Параметры, оцениваемые методом «Тайный Гость» на предприятии общественного питания:

- внешний вид предприятия (вывеска, наличие стоянки, чистота);
- сервис (приветствие гостя, поведение персонала во время обслуживания, соблюдение стандартов обслуживания);
- внешний вид персонала (оценка состояния фирменной одежды персонала, макияжа, прически, маникюра у девушек);
- коммуникативные навыки персонала (уровень вербального и невербального общения сотрудников с гостями).

На основании изучения качества обслуживания клиентов в ресторане «Мона» мною были выявлены следующие недостатки:

- Официанты не всегда предлагают гостям аперитив..
- Официанты не всегда предупреждают гостей об отсутствии каких-либо блюд или напитков из меню.
- Официанты не всегда информируют гостей об акциях и о специальных предложениях. Если Гость узнает об интересной ему акции только после посещения заведения, он также может остаться огорченным, что скажется на общем впечатлении о заведении.
- Официанты забывают интересоваться индивидуальными пожеланиями новыхGuestей. Новый Гость всегда может стать постоянным, тут очень важно

выявить его индивидуальные предпочтения в еде и напитках, непереносимость тех или иных продуктов, чтобы в дальнейшем не предлагать сопутствующие блюда, в состав которых входит этот продукт.

- Официанты не уточняют последовательность подачи блюд или напитков.
- При подаче заказа, официант не желает Гостю приятного аппетита.
- Официанты не всегда предлагают Гостям десерт, что сказывается на дополнительном доходе предприятия.
- После расчета с Гостем, официант не интересуется его впечатлениями о посещении. Не все гости говорят о своих впечатлениях сразу. Гость может остаться недовольным и молча уйти, больше никогда не посетив данное заведение. В таком случае у официанта не будет возможности изменить впечатления Гостя о заведении. Половина недовольных клиентов может остаться лояльной к предприятию, если проблема будет решена оперативно и качественно. Гость готов простить нам ошибки, если увидит, что мы искренне пытаемся исправить их.
- Официант забывает попрощаться с Гостем.

Чтобы исправить выявленные недостатки в качестве обслуживания в ресторане «Мона», руководству рекомендуется:

- Проводить регулярный мониторинг выполнения персоналом установленных стандартов работы и должностных инструкций предприятия;
- Внедрить системы поощрений и повышения мотиваций персонала с целью повышения уровня сервиса;
- Систематически исследовать и анализировать удовлетворенность Гостей предприятия;
- Проводить для персонала регулярные тренинги, знакомить его с результатами исследования по оценке качества обслуживания;
- Составлять требования для персонала в соответствии со стандартами приема и обслуживания гостей;

- В случае возникновения потребности, внесение изменений, поправок в стандарты обслуживания клиентов.

Руководители должны выстраивать гармоничные отношения с коллективом, основанные на принципах дружбы и психологического комфорта, что позволит своевременно решать любые вопросы, просьбы со стороны персонала. Это позволит повысить эффективность работы коллектива, отразится на повышении рейтинга заведения, так как именно персонал владеет информацией о потребителях и их предпочтениях. Именно эта информация, полученная от сотрудников, потребуется для корректировки стандартов в положительную сторону.

Важное внимание необходимо также уделять изучению и анализу такого показателя, как удовлетворенность потребителей уровнем сервиса в заведении общественного питания. Данная работа должна проводиться систематически. Результаты, полученные в ходе проведения мониторинга, должны быть применены для улучшения стандартов приема и обслуживания клиентов, с целью последующей отработки их персоналом.

Для изучения мнения потребителей можно использовать такие формы, как анкетирование и опросы. С целью расширения клиентской базы и закрепления интереса устойчивого круга потребителей, возможно внедрение электронного меню которое увеличит эффективность обслуживания .

Такой подход в улучшении уровня сервиса заведения будет по достоинству оценен клиентами. Эффект будет заключаться в увеличении количества посетителей заведения, их положительной оценки качества услуг, а результат – высокая конкурентная устойчивость, динамичное развитие и финансовая прибыль предприятия общественного питания

Проблема улучшения качества продукции, услуг и процессов считается одной из основных задач развития экономики каждого государства. В последнее время во всех передовых в техническом плане государствах зафиксирован увеличивающийся интерес к улучшению качества продукции. Устойчивое развитие предприятия прямо связано с конкурентоспособностью его

продукции или услуги. Эффективная реализация качественного продукта потребителю считается основным источником функционирования каждой организации.

Качество – синтетический показатель, который отражает совокупное выражение многих факторов, от уровня и динамики развития национальной экономики до способности организовать и руководить процессом формирования качества в пределах любой хозяйственной единицы.

В каждом ресторане существуют определенные стандарты обслуживания .

Ресторан «Мона» использует такой международный стандарт как «5правил ресторана» :

1. Встреча гостей.

Это очень важный момент. Официант представляет лицо заведения. Но кроме работы на имидж работодателя, в этот момент официант обозначает себя как ключевую фигуру в обслуживании гостей.

Для этого необходимо поприветствовать гостей, представиться и сказать, что их столик сегодня будет обслуживать именно он.

2. Подача меню и принятие заказа

Как только гости заняли свои места, необходимо подать им меню. Существуют также определенные правила, как, кому и в какой очередности следует подавать меню.

Примерно через 10 минут следует принять заказ. Часто необходимо предложить свою помощь в выборе блюд, в выборе размера порции.

Обязательно следует записывать заказ в блокнот, даже самая лучшая память может подвести. После того, как заказ был сделан, официанту необходимо еще раз озвучить его гостям, чтобы ничего не пропустить.

Затем поблагодарить за заказ и назвать время ожидания приготовления первого блюда.

3. Вынос заказа

Следуя правилам сервиса в ресторане, официант выносит блюда так, чтобы все гости за столиком одновременно были обеспечены блюдами. Без четко налаженной коммуникации с кухней здесь не обойтись.

Кроме того существует масса правил относительно того, в какой очередности следует выносить блюда, в какой момент и как сервировать стол, в каких случаях перед подачей на стол произносить наименование блюд.

4. Обслуживание клиентов

Стандарты обслуживания в ресторане призывают официантов хорошо запомнить множество правил, начинающихся со слова «как»:

как быть всегда доступным для гостей,

как перемещаться по залу,

как держать разнос при выносе напитков,

как сервировать стол при смене блюд,

как ставить и убирать приборы и посуду со стола при смене блюд,

как происходит смена пепельницы и др.

Каждое из этих правил направлено на то, чтобы обслуживание гостей совершалось с должным достоинством, тактичностью и изяществом.

5. Расчет

Расчет гостей происходит только по их инициативе. Когда гости расплатились и начинают уходить, следует попрощаться с ними и от лица заведения пригласить посетить ресторан еще раз.

Пользование стандартами обслуживания в ресторане обязательно приведет к повышению сервиса. Однако перечисленные правила являются лишь базовой основой для успешной работы в профессии официанта.

2Внедрение электронного меню в ресторане «Мона» г. Ташкент

Ресторанный бизнес имеет невероятно богатую историю, поэтому многие ошибочно полагают, что никаких новшеств в этой сфере уже не может быть. Но это не так! Современные инновации в данном виде деятельности крайне разнообразны. Да, практически все они нуждаются во вложениях, но зато

окупятся максимально быстро. Рестораторы, вкладывающие финансы в автоматизацию, инвестируют в будущее своего заведения.

Внедрение инновационных технологий в ресторанный бизнес подразумевает кардинальные изменения. Все это необходимо для того, чтобы повышать эффективность работы и получать более солидную прибыль. Ресторанная область активно переходит к современным технологиям обслуживания, которые связаны с получением заказа, взаимодействием с персоналом и так далее.

При внедрении электронного меню процесс принятия заказа сократится до 8 минут если до его внедрения на принятие заказа уходила 13-15 минут.

Стоимость разработки электронного меню всегда индивидуальна и зависит от сложности поставленной задачи и объемов работы. В Среднем стоимость составляет от от 30 000 до 1 500 000 руб./комплект.

Электронное меню может быть реализовано одновременно на:

- планшетах, установленных в антикражных держателях, зафиксированных на каждом столе и, в конце рабочего дня, персонал сможет снять их и отнести на зарядку;
- выносных планшетах, которые пригодятся в случае, когда в качестве посетителей придет большая компания;
- мобильных устройствах клиентов, а именно в результате подключения к определенной точке Wi-Fi, автоматически открывается сайт с меню.

Получение оперативной обратной связи от гостя дает возможность контролировать ситуацию в заведении и быстро корректировать возможные ошибки и упущения со стороны персонала. Специальный раздел «Афиша» предназначен для информирования гостя о планируемых мероприятиях или маркетинговых программах и предоставляет гостю возможность заранее зарезервировать удобный столик в плане зала на интересующее его событие, что позволяет привлекать дополнительное количество гостей и повысить их лояльность. В качестве дополнительного сервиса ресторатор может предоставить гостю возможность платного или бесплатного доступа в

интернет с планшетного меню. Немаловажна также имиджевая составляющая, подчеркивающая индивидуальность и технологичность ресторана.

Такой вариант использования системы поможет охватить всех гостей, и никто не останется без электронного меню. В последствии, повысится уровень сервиса в ресторане и лояльность клиентов. ИС подразумевает полную автоматизацию приема и обработки заказов, а значит между гостем и поваром ресторана не будет никаких посредников в лице официанта или администратора. Заказы напрямую по беспроводной сети WiFi будут отправляться на сенсорный экран, установленный в кухне. По окончании приготовления блюда, повар отметит на экране, что заказ готов. На каждом официанте будут надеты пейджеры, которые будут уведомлять официанта с помощью кодов: № столика № кода. В системе будут встроены 3 кода:

- 1 - вызов официанта;
- 2 - заказ готов;
- 3 - заказ оплачен.

При этом не нужно скачивать дополнительное приложение для оплаты заказа безналичным расчетом, так как в данной системе можно расплатиться картой онлайн прямо в планшете. Все данные хранятся в облачном хранилище.

Это обеспечивает безопасность всей информации и транзакций, происходящих в системе. У администратора есть отдельный доступ к ИС для того, чтобы он мог редактировать и обновлять меню, помещать блюда в стоп-лист, если по каким либо причинам они не могут быть приготовлены, а вместо них посетителю ресторана предлагаются их аналоги.

Также администратор сможет контролировать работу каждого официанта, получать статистические данные и формировать отчеты, что существенно повысит эффективность ресторанного бизнеса.

Заключение

На сегодняшний день ресторанный бизнес, является одной из отраслей сферы услуг, где не высока доля применения современных инновационных технологий.

Ведущие «игроки» ресторанного бизнеса давно поняли, что достижение преимущества в конкурентной борьбе, в различных его сегментах, затруднительно без внедрения современных информационных технологий. Для того, чтобы быть конкурентоспособным, в непростой экономической период, руководству, необходимо учитывать данный фактор, при управлении ресторанным бизнесом. На сегодняшний день, инновационный потенциал, присутствующий в ресторанном бизнесе очень высок.

Инвестиции в инновационные технологии позволяют рестораторам добиться определенного преимущества перед конкурентами, так как это положительным образом скажется на его конкурентоспособность в будущем.

На рынке ресторанных услуг, представлены различные решения для внедрения инноваций в управление предприятиями различных видов и форм, однако, как показывает практика, когда владелец начинает анализировать и искать подходящие «инструменты», он сталкивается с проблемой выбора, и оценки эффективности их работы. Проанализировав всё выше сказанное, нами было проведено исследование, в ходе которого были выявлены приоритетные направления развития инновационных технологий в сфере ресторанного бизнеса.

Отдельно хотелось бы отметить те преимущества, которые позволяет достичь, внедрение такой технологии, как интерактивное электронное меню. В ходе проведенного исследования, были выявлены и проанализированы основные преимущества:

Для ресторанного бизнеса:

- обратная связь с гостем;
- удобные подсказки которые позволяют упростить выбор блюд;

- автоматическая установка разных цен на бизнес-ланч и основное меню в зависимости от времени суток и дня недели;
- возможность просмотреть состав, калорийность и другие характеристики выбранного блюда;
- добавление сезонных блюд, информирование о скидках и т.д.

Для клиентов ресторана:

- вызов официанта;
- мультязычность;
- возможность оставить отзыв и пожелания;
- описание различных блюд;
- оплатить счёт, не вызывая официанта;

На наш взгляд, подобные системы, как интерактивное меню в ближайшие несколько лет станут одними из самых востребованных на рынке ресторанного бизнеса в различных его сегментах. Для рестораторов в сегодняшних непростых условиях очень важно, не только знать и понимать желание своих клиентов, но и их потребности. Внедрение подобных инновационных технологий, и электронных систем, позволит предоставить гостям технологически новый, и современный формат выбора блюд, а также позволит повысить общий уровень управления предприятием.

Главная цель внедрения инноваций заключается, прежде всего, в привлечении новых клиентов, и повышение их удовлетворенности. Для повышения уровня удовлетворенности своих клиентов предприятия могут использовать различные инструменты, одним из таких каналов является продвижение ресторана в социальных сетях.

Повышение уровня удовлетворенности гостя позволит предприятиям получить результаты, заключающиеся в следующем:

- формируется и усиливается приверженность клиента к услугам предприятия;
- клиент не обращает внимания на другие предложения конкурентов;
- увеличение количество лояльных клиентов;

- управление репутацией и обратная связь;
- клиент проинформирует о своем положительном опыте своим друзьям, коллегам по бизнесу, тем самым, формирует положительное мнение о предприятии;
- снижаются затраты на привлечение новых клиентов.

Однако, если владелец ресторана не хочет, или не может инвестировать в дорогостоящее импортное оборудование, то стоит обратить внимание на другие инновации. В частности, можно поменять концепцию ресторана.