

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование культуры обслуживания предприятия общественного
питания (на примере ресторана «Осьминог», г. Саратов)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 Сервис

Института истории и международных отношений

Булатовой Лилии Ряшитовны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность,уч.степень,уч.звание

Е.В. Иванова

подпись,дата

инициалы,фамилия

Зав.кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

должность,уч.степень,уч.звание

Т.В. Черевичко

подпись,дата

инициалы,фамилия

Саратов 2025

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования обусловлена сложностью оценки качества услуг в сфере общественного питания до момента заказа. В отличие от промышленной продукции, потребительский выбор основывается на доверии (рекомендациях, рекламе), а не на прямом знакомстве с товаром. Это затрудняет продвижение и обмен услугами в ресторанном бизнесе, который все больше зависит от комплексной конкурентоспособности, включающей качество, индивидуальный подход и профессионализм, а не только цену. Привлечение и удержание клиентов, стимулирование их расходов – ключевые задачи предприятий общественного питания.

Исходя из вышесказанного, цель исследования: разработать пути совершенствования культуры обслуживания предприятия общественного питания на примере ресторана «Осьминог».

Данная цель предполагает решение следующих задач:

1. Рассмотреть основы культуры обслуживания предприятий общественного питания: понятие и критерии;
2. Изучить существующие методы развития культуры обслуживания не предприятиях общественного питания;
3. Исследовать развитие системы общественного питания в городе Саратове;
4. Дать организационно-экономическую характеристику деятельности ресторана «Осьминог»;
5. Проанализировать качество обслуживания в ресторане «Осьминог»;
6. Исследовать влияние качества обслуживания на конкурентные преимущества ресторана «Осьминог».
7. Разработать практические предложения по повышению культуры обслуживания в ресторане «Осьминог»;

8. Рассчитать эффективность предложенных мероприятий по повышению культуры обслуживания в ресторане «Осьминог».

Объект исследования: деятельность ресторана «Осьминог» в городе Саратове.

Предмет исследования: культура обслуживания в ресторане «Осьминог»

Методы исследования: при изучении поставленной проблемы были использованы такие методы, как: аналитический метод; метод оценки; метод сравнения, анкетирование гостей ресторана для выявления проблем в обслуживании, SWOT- анализ для выявления слабых и сильных сторон организации, анализ отзывов посетителей с сайтов Яндекс-Карты, 2ГИС и др. об обслуживании в ресторане.

Теоретической основой исследования выступили труды следующих авторов: В.Г Велединский¹, Ю.Ю Денисович², О.Т.Лойко³, А.О.Таушканова⁴, В.В Усов⁵. и др.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения предложенных мероприятий по совершенствованию культуры обслуживания предприятия общественного питания

Научная новизна заключается в предложении мероприятий совершенствования культуры обслуживания предприятия общественного питания на примере ресторана «Осьминог».

¹Велединский, В. Г. Сервисная деятельность [Текст] : учеб.для студентов вузов / В. Г. Велединский. - М. :КноРус, 2023. - 175 с

² Денисович, Ю. Ю. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб.пособие / Ю. Ю. Денисович; ДальГАУ. ТИ. – Благовещенск :ДальГАУ. Часть 1. – 2010. – 149 с.: ил. Часть 2. – 2020. – 139 с.

³Лойко, О.Т. Теоретические основы сервисной деятельности [Текст] / Лойко, О.Т. // Лойко, О.Т. Сервисная деятельность : учеб.пособ.для вузов. - 2022. - С.4-30 .

⁴Таушканова, А. О. Особенности культуры обслуживания в сфере услуг / А. О. Таушканова, Е. А. Шанц. — Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики : материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2019 г.). — Челябинск : Два комсомольца, 2019. — С. 207-209. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/56/2795/> (дата обращения: 10.12.2024).

⁵ Усов, В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб.пособие; доп. Мин. образ. РФ / В.В. Усов.- М. Академия, 2020.- 432 с.

Основное содержание бакалаврской работы. *Первая глава «Теоретические основы культуры обслуживания предприятий общественного питания» посвящена изучению понятия и составляющих культуры обслуживания в сфере общественного питания, охарактеризованы методы развития культуры обслуживания на предприятиях общественного питания.*

Качество услуги во многом определяется ее объемом, характером и типом услуг, предлагаемых посетителям. Этот показатель позволяет охарактеризовать отношение потребителей к результатам деятельности предприятия общественного питания.

К основным факторам, определяющим качество обслуживания, относятся: удобство расположения и правильный выбор режима работы предприятия, качество кулинарной продукции, соблюдение санитарно-гигиенических требований к содержанию помещений, посуды и мебели, скорость обслуживания, комфорт в номерах, вежливость, внимание и манера поведения обслуживающего персонала.

Культура обслуживания является одним из основных критериев при оценке работы сотрудников общественного питания. Эта концепция включает в себя различные формы и методы работы персонала, использование прогрессивных форм обслуживания (меню, шведский стол и т. д.), высокий уровень подготовки всего персонала от кухонных рабочих до директора, постоянное обновление услуг без полного отказ от старого.

Система управления качеством обслуживания предприятий общественного питания включает в себя следующие элементы:

- требования и профессиональные квалификационные стандарты распространяются на работников предприятий общественного питания.
- при оказании услуг используется только сертифицированная продукция.
- исходя из специфики компании создается индивидуальная программа по обеспечению качества услуг.

- посредством применения стандартов обслуживания разрабатывается нормативное описание производственных процессов, стандартизируется и внедряется процесс работы сотрудников, осуществляется мотивация и оценка труда.

Исследователи предлагают следующие методы оценки персонала:

- Анализ документов (изучение резюме кандидата, письменных рекомендаций и документов об образовании);

- Биографическое интервью - это структурированная беседа, в ходе которой оценщик собирает подробную информацию об истории жизни человека, начиная с детства.

- Личностные анкеты

- Сертификация как формальная процедура оценки

Во второй главе «Анализ культуры обслуживания в ресторане «Осьминог г. Саратов: анализ и направления совершенствования»» автором приводится организационно-экономическая характеристика и основные показатели деятельности исследуемого предприятия, проведен анализ культуры обслуживания в ресторане «Осьминог», рассмотрена культура обслуживания ресторана «Осьминог» и его конкурентные преимущества, разработаны практические предложения по повышению культуры обслуживания в ресторане.

Рассмотрев отзывы о заведении на сайтах, было выяснено, что у ресторана существуют проблемы с блюдами, заказами и главное с деятельностью сотрудников. Особенно стоит выделить: уровень обученности персонала, неоптимизированный процесс обслуживания, коммуникация сотрудников.

Для более тщательного анализа качества культуры обслуживания в ресторане «Осьминог» был проведен опрос среди посетителей в котором приняло участие 50 человек в виде анкетирования в октябре 2023 года.

На вопрос о том, что значимо при выборе ресторана, 34 % респондентов выбрали ответ - цена, 28 % - качество еды и напитков, 22 %- качество обслуживания, 10 % - атмосфера, 2 % - хорошие отзывы и высокий рейтинг, 2 %- реклама и 2 % - интерьер.

На вопрос «Как часто вы посещаете ресторан Осьминог?» 48 % ответили- 1-2 раза в месяц, 24 % - 1-2 раза в неделю, 18 % - редко, 10 % - каждый день.

Далее следовал вопрос о том, почему респонденты выбрали ресторан Осьминог. 32 % выбрало – нравится качество еды и напитков, 22 %- нравится приемлемые цены, 12 %- нравится необычная атмосфера заведения, 10 %- нравится качество и стиль обслуживания, 10 %- он удобно расположен, 8 % - еще не посещали ни разу и решили придти и 6 % у него интересный интерьер.

Респондентам следовало ответить на вопрос были ли неприятные ситуации в ресторане и если да, то описать их. Из 50 человек 8 (16 %), что является не маленьким процентом, указали, что были ситуации, когда официант не мог дать консультацию посетителю, а именно: не посоветовали блюда из меню, не учли вкусовые особенности при выборе блюда, не ответил на вопросы по составу блюда. 5 человек (10%) - указали, что блюда были поданы холодными или не в заявленное время.

Также предлагался вопрос в котором следовало оценить внешний вид персонала ресторана. Ответ «аккуратный» выбрало- 32 человека (64 %) указало, что вид «аккуратный», 10 человек (20 %) – «приемлемый» и 8 человек (16 %), что «не приемлемый».

На вопрос представился ли вам официант, ответили да – 42 человека (84 %) и нет- 8 человек (16 %).

Ответ на достаточное ли количество официантов в зале отметили да- 38 человек (76 %) и нет- 12 человек (24 %).

На вопрос предложили ли вам меню и винную карту ответили да 40 человек (80 %) и 10 человек (20 %) указали, что нет.

Далее предлагался вопрос о том обладает ли официант достаточными знаниями о меню и винной карте. Ответили да – 32 человека (64 %) и 18 человек (36 %) – нет.

Учитывались особые пожелания и диетические ограничения у 42 респондентов (84 %) и у 8 – не учитывались (16 %).

Пункты в меню достаточно были описаны для 34 человек (68 %) и для 16 (32 %) не достаточно.

На вопрос хорошо ли сервированы столы ответили да -39 человек (78 %) и нет – 11 человек (22 %).

Про визуальное привлекательность поданных блюд были следующие результаты: да (привлекательны)- 36 человек (72 %) и нет (не привлекательны) – 14 человек (28 %).

Был представлен также вопрос о соблюдении правил сервировки сотрудниками. 32 человека (64 %) указали, что были соблюдены и 18 (36 %) человек, что нет.

Был также задан вопрос о том, сразу ли были убраны пустые стаканы и тарелки у посетителей. Ответили да – 31 (62 %) человек и нет 19 (18 %) человек.

Ответы о том довольны ли опрашиваемые качеством еды и напитков в ресторане показали следующее: да- 18 человек (36 %), скорее да, чем нет – 16 человек (32 %), скорее нет, чем да – 10 человек (20 %) и нет - 6 человек (12 %).

Ответы на вопрос находят ли респонденты цены в меню ресторана вполне нормальными указали – 22 человека (44 %), скорее высокими, чем низкими – 11 человек (22 %) и высокими считают – 9 человек (8 %), скорее низкими, чем высокими - 8 человек (16 %).

Респонденты оценили время ожидания заказа следующим образом: 28 человек (56 %) ответили, что ожидали заказ 10-15 минут; 14 человек (28 %) – 16-20 минут; 6 человек (12 %) – 21-30 минут; 2 человека (4 %)- больше 30

минут. Исходя из того, что ресторан «Осьминог» специализируется на рыбном меню, заказы должны подаваться вовремя, чтобы соблюдалась технология приготовления и употребления блюд. Ожидание более 20 минут не лучший показатель заведения.

Респондентам также предлагался вопрос о том, что бы они предложили улучшить в ресторане. Среди ответов респондентов были следующие: 32 человека (64 %) указали, что хотелось бы, чтобы был гардероб, а не стояли вешалки для одежды; 7 человек (14 %)- предложили устроить детскую комнату или детский уголок; 6 человек (12 %)- сделать оборудованный вход для лиц с ограниченными возможностями и людей с детскими колясками; 3 человек (6 %) - устраивать развлекательные программы, хотя бы по праздникам с ведущим; 2 человека (4 %) - сменить фоновую музыку в зале.

Проведенное анкетирование показало, что:

1. При выборе ресторана для посещения гости ориентируются в основном на цены;
2. Гостям нравится качество еды и напитков;
3. Посетители отметили неприятные ситуации, связанные с сотрудниками ресторана;
4. Официанты, по мнению респондентов, не обладают достаточными знаниями меню;
5. Гости не довольны сервированием столов и не учетом их особых пожеланий и диетических ограничений.

В Саратове предприятия общественного питания практически не представлены в новых микрорайонах на окраине города, поэтому они обычно не находятся в шаговой доступности для проживающего там населения.

Чтобы выделиться на этом переполненном рынке, важно понимать ключевые конкурентные преимущества ресторанной индустрии и на чем сосредоточить свои усилия. Для выявления конкурентных преимуществ ресторана «Осьминог» был проведен SWOT- анализ компании.

Рассмотрев SWOT- анализ можно отметить, что у ресторана есть слабые места, которые связаны с его спецификой. Ресторан специализируется на рыбном меню, то найти поваров, которые бы умели идеально готовить такие блюда очень сложно, также существуют нестабильные объемы реализации продукции, на постоянной основе рыбные продукты не пользуются спросом.

По результатам SWOT-анализа делаем вывод, что сильными сторонами ресторана являются: хороший имидж, эксклюзивные фирменные блюда, увеличение числа постоянных клиентов, прибыль и высококвалифицированный управленческий персонал.

Слабыми сторонами предприятия являются нестабильные объемы реализации продукции, значительная нагрузка на одного специалиста, неэффективное использование площадей, неопытный персонал, проблема найма квалифицированных сотрудников.

Угрозу деятельности предприятию несет изменение вкусов и потребностей потребителей, процессы инфляции, изменение налоговой политики и конкуренция.

Среди возможностей компании можно выделить: расширение ассортимента, возможности привлечения инвестиций, расширение ресторана, обслуживание дополнительных групп потребителей.

В работе также был проведен анализ конкурентов. Основными конкурентами на рынке общественного питания ресторана «Осьминог» являются: Веранда, Мандарин, Моно. Данные организации были выбраны по определенным критериям.

При сравнении показателей были выделены следующие комментарии в отрицательных отзывах: некачественная еда, негостеприимный персонал, гардероб, который находится за занавеской, официанты не ориентируются в меню в ресторане «Осьминог». Данные параметры в отзывах относятся непосредственно к культуре обслуживания ресторана.

В результате анализа было выяснено, что: ресторан «Осьминог» уступает

другим ресторанам по отзывам гостей в категориях: еда, персонал, атмосфера.

В работе были представлены практические предложения по повышению культуры обслуживания в ресторане «Осьминог», а именно:

1. Просмотр видеолекции от WelcomePro «Как выучить меню ресторана за 1 день» для улучшения качества знаний сотрудников меню ресторана;

2. Проведение тренинга «Вершина безупречного сервиса» от компании Horecatraining чтобы обучить персонала высокому обслуживанию гостей, восполнить из знания и умения.

3. Воспользоваться сервисом GastroReview для сбора отзывов посетителей ресторана;

4. Ведение группы в Телеграме и Сферуме для улучшения коммуникации сотрудников ресторана;

5. Обучить правильной сервировке стола приборами и проводить конкурсы раз в квартал на лучшего официанта – сервировщика.

6. Для индивидуального подхода к каждому гостю поставить холодильник с едой на вынос, где было бы диетическое меню.

7. Разработать стандарты обслуживания посетителей.

Был рассчитан экономический эффект от внедрения мероприятий по формуле:

Эффект = прирост выручки от мероприятий - затраты (формула 1)

Эффект = $10082280 - 284094 = 9798186$ рублей

Эффективность мероприятия рассчитывается по формуле:

Эффективность = эффект / затраты * 100% (формула 2)

Эффективность = $9798186 / 284094 * 100\% = 34\%$

Окупаемость мероприятия:

Окупаемость = затраты / эффект (формула 3)

Окупаемость = $284094 / 9798186 = 0,02$ года. Следовательно, компания может позволить себе реализацию данных мероприятий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Таким образом, в ходе исследования были сделаны следующие выводы:

Под культурой обслуживания в сфере общественного питания понимают организационную культуру, связанную с выполнением определенных правил и процедур обслуживания потребителей.

Можно выделить основные методы развития культуры обслуживания в предприятиях общественного питания, такие как: обучать персонал, применять поощрения и мотивацию, оптимизировать процесс обслуживания, контролировать качество блюд и напитков, улучшить коммуникацию, собирать обратную связь и анализировать ее, работать с меню, обеспечивать индивидуальный подход, улучшать атмосферу в заведении.

В рамках данного исследования была изучена деятельность ресторана «Осьминог» - первого ресторана Саратова со 100% рыбным меню, который находится по адресу улица В.И. Чапаева, 58.

Основными особенностями заведения является: открытая кухня, устричный бар, барная стойка, винная карта, можно с животными.

Для анализа качества обслуживания в ресторане «Осьминог» был проведен опрос среди посетителей в котором приняло участие 50 человек.

Для исследования был разработан анкетный лист в котором содержалось пять вопросов. В четырех вопросах предлагались варианты ответов, в одном следовало написать ответ самому анкетированному.

В результате исследования было выяснено, что зачастую официанты невежливы, не могут проконсультировать гостя, во время полной посадки время ожидания заказа увеличивается, что неприемлемо для ресторана с рыбным меню, многие не посоветуют данное заведение своим близким.

Для выявления конкурентных преимуществ ресторана «Осьминог» был проведен SWOT- анализ компании.

По результатам анализа можно выделить следующие проблемы в культуре обслуживания ресторана «Осьминог»: уровень обученности персонала

не соответствует ожиданиям гостей; процесс обслуживания не оптимизирован, посетители долго ждут свои блюда и в некоторых случаях их качество не на высшем уровне; среди персонала не налажена коммуникация, администраторы долго доносят информацию до официантов и наоборот; столы сервированы неаккуратно; не учитываются особые пожелания и диетические ограничения гостей.

Решение данных проблем поможет в обеспечении повышения уровня культуры обслуживания в ресторане «Осьминог», а именно:

1. Просмотр видеолекции от WelcomePro «Как выучить меню ресторана за 1 день» для улучшения качества знаний сотрудников меню ресторана;

2. Проведение тренинга «Вершина безупречного сервиса» от компании Horecatraining чтобы обучить персонала высокому обслуживанию гостей, восполнить из знания и умения.

3. Воспользоваться сервисом GastroReview для сбора отзывов посетителей ресторана;

4. Ведение группы в Телеграме и Сферуме для улучшения коммуникации сотрудников ресторана;

5. Обучить правильной сервировке стола приборами и проводить конкурсы раз в квартал на лучшего официанта – сервировщика.

6. Для индивидуального подхода к каждому гостю поставить холодильник с едой навынос, где было бы диетическое меню.

7. Разработка стандарта обслуживания гостей в ресторане.

На реализацию предложенных мероприятий понадобится 284094 рубля. Окупаемость мероприятий будет в срок меньше месяца = 0,02 года. Тем самым считаем, что такие мероприятия доступны для ресторана и с помощью них можно улучшить качество обслуживания гостей.