

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование процесса оказания услуг на предприятиях питания (на
примере ресторана The Grill в отеле «Новотель Резорт и спа Красная
Поляна», г. Сочи)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 Сервис
Института истории и международных отношений

Цоя Дмитрия Олеговича

Научный руководитель

доцент, к.э.н.
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Иванова
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.э.н., профессор
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2025

Введение

Разбираемый в ВКР ресторан The Grill является заведением питания, открытым при пятизвездочном отеле Новотель Резорт и спа Красная Поляна г. Сочи. Руководство отеля заявляет о The Grill, как о предприятии питания высокого уровня, где реализуется соответствующий уровень оказания услуг и качества самой еды. Несмотря на это данное заведение, как и любое предприятие, имеет определенные проблемы, которые не могут не сказываться на процессе обслуживания. В ходе работы на данном предприятии студентом были замечены определенные моменты, которые вызывали претензии у гостей. Опрос сотрудников, в частности, супервайзеров и официантов, подтвердили, что работа ресторана не является идеальной.

Актуальность темы: развитие ресторанной отрасли является одним из самых приоритетных направлений в российской экономике. Рестораны при отелях всегда отлично дополняют гостиничные организации, создавая дополнительную атмосферу для постояльцев, повышая тем самым рейтинги отелей. Поэтому периодическая ревизия подобных предприятий, проводимая с целью выявления и внедрения положительных инноваций, способных показать пример решения систематических проблем, от которых так или иначе страдают все предприятия подобного типа.

Целью ВКР является разработка предложений по совершенствованию процесса оказания услуг в ресторане The Grill отеля «Новотель Резорт и спа Красная Поляна» в г. Сочи с учетом повышения качества сервиса и удовлетворенности клиентов.

Задачи ВКР:

1. Выявить сущность и особенности услуг общественного питания;
2. Изучить особенности процесса оказания услуг в ресторане при гостинице;
3. Охарактеризовать специфику оценки качества услуг на предприятиях питания;
4. Дать общую характеристику ресторану The Grill в отеле «Новотель Резорт и спа Красная Поляна» в г. Сочи;

5. Оценить качество процесса оказания услуг ресторана The Grill на основе анализа отзывов клиентов;
6. Разработать рекомендации по совершенствованию процесса оказания услуг ресторана The Grill.

Материалы исследования: в ходе написания ВКР был использован ГОСТ 31985-2013. «Услуги общественного питания. Термины и определения», содержащий основные термины и понятия в сфере общепита¹. Также, для написания теоретической части приходилось прибегать к научным статьям и учебным пособиям, связанным с индустрией общепита. В их число входит А. Юшковой «Продвижение ресторанного продукта: ресторан при гостинице» о деятельности ресторанов при гостиничных предприятиях². Помимо перечисленных источников, были задействованы личные наблюдения студента во время прохождения практики в ресторане The Grill, информация, взятая из опросов сотрудников заведения, в частности короткое заочное интервью с Дарьей Завариной, супервайзером ресторана, данные о предприятии с официального сайта и оценки на интернет-порталах.

Структура работы: помимо введения, где формулируются основная тема и центральные аспекты исследования, в работе присутствуют две главы. Глава 1 «Теоретические основы процесса оказания услуг на предприятиях питания» состоит из трех сегментов, в 1-ом представлены основные теоретические аспекты ресторанной деятельности, во 2-ом уделяется внимание ресторанам при отелях, в 3-м методам их оценки. Глава 2 «Анализ процесса оказания услуг ресторана The Grill отеля «Новотель Резорт и спа Красная Поляна»» содержит характеристику ресторана The Grill, его оценку, основные проблемы и предложенные решения. Заключение подводит итог о выполненных работах. Финальными звеньями ВКР являются список использованных источников и приложения с иллюстрациями.

¹ ГОСТ 31985-2013. Услуги общественного питания. Термины и определения. – Введ. 2015–01–01. – М.

² Юшкова А. Продвижение ресторанного продукта: ресторан при гостинице / А. Юшкова // ИТКОР. - 2010. - №2. - С. 313-315.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Общие понятия в сфере общественного питания. Согласно ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания, индустрия питания представляет собой самостоятельную отрасль экономики, состоящую из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его³. На сегодняшний день индустрия сервиса в области общественного питания представляет собой довольно важную часть мировой экономики, ежегодно устанавливая рекорды по производству благ для населения. Одним из самых распространенных видов заведений общественного питания является ресторан при гостинице. С давних времён гостиничное дело и ресторанный бизнес были сильно взаимосвязаны друг с другом. Рестораны при отелях и гостиницах появились достаточно давно и играли роль вспомогательных служб, обеспечивая гостей и постояльцев пищей. Рестораны при гостиничных предприятиях создаются с целью создания и реализации сервиса, не уступающего городским аналогам в плане качества. Гостиничные рестораны не всегда ориентируются на коммерческий успех, но, тем не менее они являются важными атрибутами любых высококлассных отелей.

Особенности ресторанов при отелях. Рестораны при гостинице представляют особый тип предприятий и отличаются от обычных, они не являются самостоятельными организациями и выступают в роли служебных подразделений. Но несмотря на это ресторанные службы гостиниц обладают собственным руководством, которое подчиняется центральному отделу управления, имея при этом довольно широкую автономию при реализации запланированных мероприятий. Это подтверждает А. Юшкова, в своей работе она отмечает, что «у каждого подобного предприятия имеется свой личный управляющий менеджер, который так же есть и у службы по обслуживанию

³ ГОСТ 31985-2013. Услуги общественного питания. Термины и определения. – Введ. 2015–01–01. – М.

номеров»⁴. Как правило, ресторанам при отелях намного проще закрепиться на рынке, чем самостоятельным заведениям, ведь большинство расходов покрываются головным предприятием. Отельные, решившие заняться ресторанным бизнесом, изначально располагают гораздо большим спектром возможностей, чем многие независимые рестораторы, поэтому они могут позволить себе более создавать роскошный дизайн интерьера, нанимать более квалифицированный персонал.

Рестораны при отелях, как правило, реализуют сразу несколько моделей обслуживания: «Шведский стол», «А-ля карт» и «Рум-сервис». Особенностью сервисного процесса по модели шведской линии является наличие элементов самообслуживания в общем процессе. В отдельной части зала устанавливается специальная линия раздачи, на котором выставляют блюда в специальной таре, сохраняющей температуру, и посуда. Гость способен самостоятельно выбирать оптимальные для себя порции из предпочтительных продуктов. Это делает процесс обслуживания более оперативным и, в какой-то степени, позволяет индивидуализировать его. Ведь перед клиентом стоит большой выбор блюд, из которых он может собрать себе обед в соответствии с собственными пожеланиями. «А-ля карт» – формат сервиса, который практически ничем не отличается по сравнению с городскими заведениями. Как и в классической модели процесс обслуживания ориентирован на работу с небольшим количеством посетителей, для которых обеспечивается максимальный комфорт, а блюда готовятся по индивидуальным заказам. Такой метод используется в дневное и вечернее время, когда ресторан открыт в том числе для гостей, не являющихся постояльцами отеля. Обслуживание по меню может осуществляться и в утреннее время, например, если гости проживают в отеле, но ими не оплачен завтрак. «Рум-сервис» – еще одна особенность ресторанов при отелях. Данная модель предполагает возможность предоставлять блюда гостям, желающим прямо принять пищу в номере. Официант «рум-сервис» обязан

⁴ Юшкова А. Продвижение ресторанный продукта: ресторан при гостинице / А. Юшкова // ИТКОР. - 2010. - №2. - С. 313-315.

принимать звонки от постояльцев и, в соответствии с их пожеланиями, собирать блюда в одноразовые контейнеры, все это доставляется на тележках прямо к двери клиентов.

Отельные рестораны могут также предлагать ряд дополнительных услуг: организацию и проведение банкетов, банкет-чай, обслуживание в конференц-залах, организацию баллов, деловых/бизнес встреч⁵. Все это организуется для гостей от различных компаний, которые собираются сотрудничать либо уже сотрудничают с отелем.

Методы оценки качества услуг ресторанов. Существует множество методов оценки качества обслуживания предприятий питания. Широкое распространение получил метод тайного покупателя. Его основным преимуществом является возможность оценить работу предприятия с точки зрения потребителя. Под видом обычного клиента в ресторан внедряется опытный критик, который заказав ту или иную услугу, старается оценить её по целому набору критериев. В их число входят Внешний вид сотрудников, Поведение персонала, Организация сервисного пространства, Обслуживание (умение вести разговор по телефону, корректная реакция на критику, разрешение конфликтных ситуаций), Продажи (владение техникой продажи, знание предлагаемых товаров и услуг)⁶. SERVQUAL – на данный момент он считается одним из самых эффективных при оценке предприятий сервиса. Концепция «SERVQUAL» представляет собой модель, предназначенную для помощи в оценке клиентского сервиса. Собственно, это можно увидеть и в самом названии – «SERV» (Service - Сервис) и «QUAL» (Quality – Качество). Анализ качества в такой методике также осуществляется с опорой на определенные параметры. Первым из них выделяют «Осязаемость», параметр, учитывающий физические аспекты сервиса: внешний вид помещений, оборудования и сотрудников.

⁵ Пищенко Д.А. Особенности организации и функционирования ресторанного бизнеса при отеле / Д.А. Пищенко // Вестник науки - 2025. - №1. - С. 140-149.

⁶ Гомилевская Г.А. Метод тайного покупателя в маркетинговых исследованиях предприятий общественного питания / Г.А. Гомилевская, Д.В. Юрасова // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. - 2022. - № 1. - С. 44–57.

«Надежность» – способность компании предоставлять обещанные услуги своевременно и без ошибок. «Отзывчивость» – это готовность сотрудников помогать клиентам и быстро реагировать на их запросы. Под надежностью значится способность представителя организации вызвать к себе доверие и воспринимаемая клиентом компетентность сотрудника в том продукте или услуге, которые он предлагает. «Эмпатия» в рамках рассматриваемой модели – это особое отношение к каждому отдельному клиенту, учёт именно его особенностей, стремление к пониманию его индивидуальных потребностей и желание удовлетворить их, предоставив грамотный индивидуальный сервис.

Характеристика ресторана The Grill. Ресторан The Grill является заведением, открытым при отеле «Новотель Резорт и спа Красная Поляна». Оно представляет собой часть гостиничного предприятия, имеющее при этом формальную самостоятельность – ресторан имеет свой собственный бренд. Целью ресторана The Grill является достижение высоких показателей деятельности, таких как финансовые успехи. Задачи организации: предоставление ресторанных услуг постояльцам отеля Новотель Резорт и спа Красная Поляна, создание приятной атмосферы, обучение персонала всем необходимым навыкам. Указанная на официальном сайте вместимость – 80 человек. Посещаемость ресторана зависит от загрузки отеля, что в свою очередь зависит от сезона. Самая высокая загруженность фиксируется летом, в данный период только во время завтрака приходится обслуживать от 200 до 300 человек, во время работы по меню посещаемость ресторана, в среднем, составляет 70-84. Весной и осенью во время завтрака количество постояльцев может проседать до 70-80 человек, но в среднем регистрируется загрузка 100-150 человек, а во время работы официантов А-ля карт, ресторан в среднем посещают 27-48 в данные сезоны. Согласно наблюдениям сотрудников, вечернее время наиболее популярное для посещения. Целевая аудитория ресторана – молодые люди возрастом 20-30 лет, при этом он популярен и среди более старшего поколения (35-60 лет). В меню ресторана представлены преимущественно блюда европейской кухни.

Оценка качества сервисного процесса The Grill. В работе был проведен анализ качества предоставления услуг ресторана The Grill на основе интернет-порталов, таких как «Яндекс карты» и «2ГИС», и наблюдениях студента о жалобах гостей. Для анализа были выбраны некоторые показатели, рассмотренные по отдельности. Результаты этого исследования представлены в таблице 1.

Таблица №1 – Сравнение рейтингов показателей ресторана The Grill на известных источниках.

Категории уровня обслуживания	Яндекс карты	2ГИС	Гугл карты	Tripadvisor	Итоговая оценка (%)
Еда	89%	95%	85%	88%	90%
Персонал	93%	100%	90%	98%	95%
Расположение	100%	100%	100%	100%	100%
Время ожидания	72%	100%	-	100%	85%
Атмосфера	100%	100%	-	100%	100%
Интерьер	100%	100%	100%	100%	100%

Как можно понять из данной таблицы, у каждого параметра качества примерно одинаковые оценки на всех порталах, за исключением «Времени ожидания». Практически во всех источниках положительные отзывы преобладают над отрицательными, количество негативных рецензий, начиная с 2023 продолжает снижаться, это может свидетельствовать о том, что The Grill постепенно улучшает свои позиции в рейтинге ресторанов комплекса «Красная Поляна».

В ходе работы была также выполнена оценка предприятия по методике SERVQUAL в сокращенном виде. Она проводилась на основе отзывов и наблюдений студента, в ней рассматривались только 5 основных показателей, адаптированных к разбираемому заведению. Результаты этой оценки представлены в таблице 2.

Таблица №2 – оценка предприятия The Grill по методике SERVQUAL.

Принцип	Оценка ожидания	Оценка восприятия	Разрыв
Осязаемость	6,5	7	0,5
Надежность	7	6,8	-0,2
Отзывчивость	7	6,8	-0,2

Уверенность	7	7	0
Эмпатия	7	7	0

Из этой таблицы можно понять, что по большинству представленных параметров ресторан The Grill удовлетворяет ожидания гостей. Хотя по двум показателям оценки восприятия ниже, чем ожидания, разрыв незначительный.

Проблемы предприятия. На основании проведенного анализа выявлены ключевые проблемы, негативно влияющие на процесс оказания услуг в ресторане The Grill:

1. Несоответствие планировки гостевого зала потребностям заведения. В результате перепланировки количество посадочных мест сократилось с 130–150 до 100 человек. Это привело к тому, что в периоды высокой загрузки отеля (например, зимой 2024–2025 годов загрузка составляла 97%) в ресторане образовывались очереди из постояльцев, желающих попасть на завтрак. Недовольные гости писали жалобы, которые хоть и не были размещены в публичном пространстве, но заметно ударили по репутации ресторана.

2. Недостаточная численность персонала, особенно хостесов. Во время обслуживания по шведской линии в ресторане работает всего один хостес, который не справляется с распределением гостей по местам. Это вызывает организационные трудности при высоком потоке клиентов и негативно влияет на скорость и качество обслуживания. Кроме того, в случае болезни или отпуска сотрудника его обязанности берут на себя официанты или супервайзеры, что дополнительно нагружает персонал и может снизить уровень сервиса.

3. Неблагоприятные трудовые условия для официантов. Официантам шведской линии приходится перемещать большое количество посуды вручную, используя подносы. При высоких нагрузках такая система становится неэффективной: возрастает риск падения посуды, увеличивается физическая нагрузка на работников и создаются неудобства для гостей. Это также приводит к финансовым потерям – ежемесячно только на бокалах теряется около 7 020 рублей.

4. Продолжительное отсутствие средств гигиены, в частности резиновых перчаток, обязательных для работы официантов всех служб. Некоторые сотрудники, ввиду перчаток, просто не использовали их, что вызывало возмущение у некоторых гостей.

Предложенные способы решения проблем. Для улучшения показателей по работе предприятия необходимо провести ряд мероприятий способных решить все существующие проблемы. Для решения проблемы связанной с нехваткой мест в зимний период было предложено утеплить летнюю веранду, адаптировав её тем самым к приему гостей даже в холодные сезоны. Это позволит открыть около 22 мест дополнительно, что близко к изначальным показателям вместительности (130 человек). Для этого нужно поставить безрамное остекление и установить обогреватели. Улучшить условия труда официантов, можно с помощью внедрения в сервисный процесс использования тележек для перевозки большого количества грязной посуды, предотвращая риск получения травм и утраты реквизитов. Для помощи хостесу в пиковые часы загрузки можно привлечь официантов, мотивировав их материальным вознаграждением. Решения проблемы с нехваткой средств защиты можно добиться, обязав сотрудников предупреждать о том, что перчатки постепенно подходят к концу. Общие траты составят примерно 951 тыс. рублей. Согласно подсчетам о ежемесячной прибыли отеля «Новотель Резорт и спа Красная Поляна», эти затраты могут возмещены в ближайший месяц. Их финансовую эффективность сосчитать невозможно, но зато нетрудно предсказать «социальный», который будет выражен в более довольных клиентах и сотрудниках

Таким образом, несмотря на высокое положение ресторана в рейтинге существует множество проблем, которые необходимо решить с целью облегчения работы персонала, повышения комфорта для гостей.

Заключение

Итак, в ходе написания данной ВКР удалось подробно рассмотреть основные особенности ресторана The Grill. Было выяснено, что процесс обслуживания в данном заведении полностью идентичен большинству других ресторанов при пятизвездочных отелях. Здесь реализуются сразу несколько моделей предоставления сервиса: Шведский стол, А-ля карт и Рум-сервис. Также, были проанализированы оценки предприятия и его основные проблемы. В основном, удалось рассмотреть только локальные проблемы, свойственные данному предприятию, но среди них присутствовали и те, которые встречаются более системно, в их возникновение недовольства гостей из-за недостаточной вместительности. Некомфортные условия для сотрудников, особенно во время максимальной загрузки. Наличие иных факторов, препятствующих нормальной работе заведения и вызывающие недовольство у клиентов. Для их решения были предложены реформы, способные заметно снизить уровень недовольства среди гостей и официантов ресторана. Хотя они будут стоить довольно больших средств, они смогут достаточно быстро оправдать себя, укрепив репутацию предприятия среди общественности и сделав её более привлекательной как для имеющих работников, так и для молодых людей, желающих построить свою карьеру в ресторанном бизнесе.