

Каширина М.С.

*Научный руководитель: д.т.н., доцент Л.И. Шулятьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: mane4ka1415@rambler.ru*

Проблемы качества и совершенствование ассортимента услуг на предприятиях общественного питания

Ресторанный бизнес очень взаимосвязан с производством кулинарной продукции, реализацией и организацией потребления и обслуживания потенциальных потребителей. Основным продуктом торгового оборота являются услуги. В этой отрасли актуальны такие понятия, как качество, надежность, конкурентоспособность и безопасность услуг, соблюдение закона о защите прав потребителя.

Качество обслуживания - новый стандарт, по которому клиенты судят о качестве продукта. Именно качество услуг является главным условием успешного продвижения предприятия общественного питания. Предоставляемые услуги должны точно отвечать потребностям, удовлетворять требования потребителя, соответствовать применяемым стандартам, также услуги должны быть доступны по конкурентоспособным ценам и гарантировать в дальнейшем получение прибыли.

Для того, чтобы стать конкурентоспособным недостаточно выпуска продукции или предоставления услуг самых престижных и известных торговых марок. Самое главное то, что уровень качества должен быть направлен на разные слои населения.

Для гарантирования качества нужна не только материальная база и заинтересованный, квалифицированный персонал, но и четкое управление качеством. Когда предложение превышает спрос, требуется маркетинговый подход к организации работы, при этом объектами изучения являются потребители, их отношение к услугам, требования к ассортименту и возможности его выбора.

В феврале 2017 года был проведен опрос среди посетителей предприятия общественного питания ООО «Лада Инвест», благодаря которому можно анализировать качества и культуры обслуживания данного предприятия. В ходе опроса было выявлено, что целевая аудитория предприятия общественного питания ООО «Лада Инвест» соответствует целевой аудитории в целом по рынку для кафе и ресторанов средней ценовой категории, т.е. ресторану нужно ориентироваться на клиентов в возрасте 26–55 лет. Также было выявлено, что основным критерием выбора ресторана определяется, прежде всего, его меню, месторасположением, ценовой политикой и качеством обслуживания (скорость обслуживания и вежливость персонала).

Далее потенциальным клиентам было предложено оценить предприятие общественного питания ООО «Лада Инвест» по 10-ти бальной шкале для выявления ключевых критериев выбора ресторана. В следствии опроса было обнаружено, что прежде всего при выборе ресторана посетители руководствуются наличием хорошей парковки (9,7), меню(9,6), выбор напитков(9,4) и цена (8,6). Также клиентов попросили оценить в целом свою удовлетворенность рестораном. Было получено следующее распределение: плохо (5%), удовлетворительно (12%), хорошо (45%) и отлично (38%). Таким образом, у предприятия общественного питания ООО «Лада Инвест» есть необходимость повышения удовлетворенности клиентов, т.к. они могут выбрать другое заведение общественного питания.

Для совершенствования качества обслуживания на предприятии общественного питания ООО «Лада Инвест» стоит уделить большое внимание современным направлениям организации труда на предприятиях сферы общественного питания, а именно: подбор, подготовка и повышение квалификации кадров, разделение и кооперация труда, укрепление дисциплины на производстве и развитие творческой инициативы сотрудников – всё это поможет повысить уровень и культуру обслуживания.

В настоящее время предприятия общественного питания стараются удержать свои позиции на рынке услуг ресторанного бизнеса и дорожающих своей репутацией, поэтому многие предприятия проводят стажировку, которая, как правило, осуществляется в несколько этапов:

- освоение правил сервиса с помощью ролевых игр;
- составление меню, как основного документа торгового зала, содержащего необходимую информацию, нацеленную на потребителя и являющегося мощным рекламным средством любого предприятия;
- стажировка официанта на кухне – довольно интересное нововведение для ряда предприятий общественного питания, которое позволяет обслуживающему персоналу понять, что работа поваров тоже не из легких и следует уважать их труд.

Такая идея возникла из-за периодических конфликтов между официантами и поварами, так как в обязанности официантов входит следить за скоростью отдачи блюд, соблюдением графика подачи отдельных позиций, от чего зависит культура обслуживания, настроение гостей, непосредственно темп работы в зале, влияющий, прежде всего на пропускную способность.

Проведение таких стажировок на предприятиях общественного питания оказывает большое влияние на производительность труда и на качество услуг по реализации, по организации потребления и обслуживания, от которых в дальнейшем, зависит репутация данного заведения и отзывы гостей от его посещения.

Постоянное повышение качества – это не затрата, а своего рода вклад, гарантирует обеспечение верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей.

Качество ресторанных услуг в большей степени зависит от квалификации и заинтересованности капитала, от его творческих способностей, умения осваивать новые технологии, а также от использования новых организационных процессов.

Главной целью деятельности любого предприятия общественного питания является выпуск продукции собственного производства, услуга питания является основой и определяет целевой рынок данного заведения.

Качество продукции также зависит от уровня оснащения производства, квалификации сотрудников, производства и обслуживания, также важен контроль качества продукции на разных стадиях её производства. Для ресторанного бизнеса, главным принципом кулинарной продукции является безопасность. Для выпуска кулинарной продукции характерно три вида контроля: предварительный (входной), операционный (производственный), выходной (приемочный) [4].

Предварительный контроль оценивает качество поступающего сырья и полуфабрикатов.

Операционный контроль проводится в дальнейшем по ходу технологического процесса, в него входит: проверка правильности организации рабочих мест, а также обслуживание в процесс выпуска кулинарной продукции.

Выходной (приемочный) контроль связан, прежде всего, с проверкой качества уже имеющейся продукции, осуществляемой путем маркировки продукции и лабораторного анализа на полноту вложения сырья, а также безопасность пищи.

В настоящее время среди инновационных технологий, связанных с процессами приготовления пищи в сфере ресторанного бизнеса можно выделить технологию низкой температурной обработки мяса, рыбы, морепродуктов, овощей и фруктов, вакуумное маринование, сублимацию, эмульгирование, формообразование, управление текстурой, аромакухню, замораживание в жидком азоте [2].

Данные технологии позволяют расширить ассортимент продукции и повысить ее на уже более высокий уровень. Управление ассортиментом предполагает взаимосвязь всех видов деятельности предприятия, в том числе и комплексное изучение рынка, организацию сбыта, сервиса, рекламы, стимулирование спроса, инновации в области технологий. Но есть и трудности решения этого процесса, они заключаются в том, что сложно объединить все эти составляющие для достижения конечного результата – оптимизации ассортимента.

Литература

1. ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования
2. Лазерсон И. Как привлечь гостей в ресторан. М.: Эксмо, 2011. 288 с.;
3. Усов В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. М.: ПрофОбрИздат, 2012. 314 с.;
4. Фурс И.Н. Технология производства продукции общественного питания. Учеб. пособие. — Мн.: Новое знание, 2002. — 799 с.;
5. Жабина С.Б. Маркетинг продукции и услуг: Общественное питание. – М.: Академия, 2007. – 512 с.