

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

**Совершенствование качества услуг в сфере общественного питания
(на примере кафе «Бими Вита», г. Саратов)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 551 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений
Ковалевой Любови Николаевны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, звание

подпись, дата

Т. В. Темякова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, звание

подпись, дата

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2025

Введение. Актуальность выбранной темы обусловлена возрастающей конкуренцией в сфере общественного питания, а также необходимостью повышения качества услуг для удовлетворения растущих требований современного потребителя. В условиях динамично меняющегося рынка, внедрение современных методов оценки и управления качеством становится ключевым фактором обеспечения конкурентоспособности предприятий общественного питания. В связи с этим совершенствование системы контроля, стандартизации и повышения уровня обслуживания является важнейшей задачей как для практических организаций, так и для научного сообщества.

Цель бакалаврской работы – на основе изучения теоретических аспектов исследования качества услуг в сфере общественного питания проанализировать качество производственного процесса и обслуживания в кафе «Бими Вита», г. Саратов, и предложить рекомендации по их совершенствованию. Это исследование стремится выявить ключевые факторы, влияющие на удовлетворенность гостей, а также определить современные тренды и технологии, которые могут быть использованы для повышения конкурентоспособности предприятий общественного питания.

Реализация поставленной цели определена следующими задачами:

1. Изучить теоретико-правовые основы понятия качества услуги общественного питания и ее особенности.
2. Рассмотреть методы оценки качества услуг общественного питания.
3. Выявить инструменты повышения качества услуг и обслуживания в общественном питании.
4. Дать общую характеристику кафе «Бими Вита», г. Саратов.
5. Исследовать современное состояние качества услуг в кафе «Бими Вита».
6. Разработать рекомендации по повышению качества обслуживания гостей в кафе «Бими Вита».
7. Предложить мероприятия по совершенствованию качества производственного процесса кафе «Бими Вита».

Качества услуг, в том числе и качества обслуживания на предприятии общественного питания вызывает интерес у таких авторов, как Могильный М.П.¹, Салимова, Т.А.², Холодная С.С.³, Родионова И.Н.⁴, Сологубова Г.С.⁵, Радченко Л.А.⁶ Авторы выделяют разнообразные особенности в сфере услуг. Использование их идей позволяет обеспечить контроль качества услуг в сфере общественного питания, благодаря чему повышается производительность предприятий, а также предоставляется безопасность для посетителей.

Научная новизна данного исследования заключается в комплексном подходе к оценке и повышению качества услуг, включающем разработку системы мониторинга и обратной связи, внедрение новых должностей (таких как «Ранер» и «Хостес»), а также использование современных маркетинговых стратегий, таких как контент-маркетинг с привлечением блогеров. Впервые в рамках данной работы предложена модель интеграции системы оценки отзывов посетителей с автоматизированными системами управления, что способствует повышению эффективности и адаптивности предприятия.

Теоретическая значимость настоящей работы обусловлена разработкой и систематизацией современных подходов к оценке и управлению качеством услуг общественного питания, основанных на международных и российских стандартах (ГОСТ 31984-2012⁷, ГОСТ 30389-2013⁸), что позволило обосновать

¹ Могильный М. П. Контроль качества продукции общественного питания / М. П. Могильный, Т. В. Шленская, Е. А. Лежина ; под ред. М. П. Могильного. - Москва : ДеЛи плюс, 2016. - 411с.

² Салимова, Т.А. Управление качеством: учебник [Текст] / Т.А. Салимова. – М. : Омега - Л, 2011. – 376 с

³ Холодная С.С. Качество услуг общественного питания и его показатели: учебное пособие. М.: Издательство «КноРус», 2017.-91с.

⁴ Родионова И.Н., Климов М.М. Качество услуг в сфере общественного питания: учебное пособие. М.: Университетский мониторинг, 2017.-62с.

⁵ Сологубова, Г. С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания : учеб. Для сред. Проф. Образования / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 397с.

⁶ Радченко, Л. А. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / Л.А. Радченко. – М.: КноРус, 2022. – 328 с.

⁷ ГОСТ 31984-2012 Межгосударственный стандарт, услуги общественного питания, общие требования. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200107325> (дата обращения 25.05.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

⁸ ГОСТ 30389-2013 Межгосударственный стандарт, услуги общественного питания, предприятия общественного питания, классификация и общие требования. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200103455> (дата обращения 25.05.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

критерии качества, санитарные требования и безопасные условия труда. Их применение расширило теоретическую базу исследования, обеспечило системное понимание нормативных требований и повысило актуальность предложенных рекомендаций.

Практическая значимость работы проявляется в разработке конкретных рекомендаций по повышению качества услуг в кафе «Бими Вита», что позволит оптимизировать внутренние процессы, повысить уровень удовлетворенности гостей, укрепить репутацию заведения и увеличить его прибыльность. В рамках исследования предложены меры по внедрению системы обратной связи, обучению персонала, а также использованы современные автоматизированные системы управления, что непосредственно влияет на эффективность деятельности предприятия.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении обосновывается актуальность работы, обозначаются цели и задачи, выявляются новизна и теоретическая и практическая значимости, дается структура работы с кратким содержанием.

В первой главе раскрывается теоретический материал и рассматриваются понятия «услуги общественного питания», «качество услуги», перечисляются аспекты и критерии, а также проводятся методы оценки качества услуг общественного питания с помощью стандартов.

Во второй главе проводится анализ деятельности кафе «Бими Вита». В ней подробно описана организационная структура, особенности деятельности, ассортимент, стандартные процессы обслуживания и внутренние стандарты. Также проведен финансовый анализ за 2024 год, рассмотрены вопросы организации управления, стандартизации процессов и оценки качества продукции и обслуживания. Значительное внимание уделяется выявлению проблемных аспектов и разработке рекомендаций по их устранению для повышения эффективности работы заведения.

В заключении подводятся итоги всей работы и составляются общие выводы исследования.

Основное содержание. Настоящая работа посвящена всестороннему исследованию вопросов обеспечения качества услуг в сфере общественного питания. В современном обществе индустрия общественного питания занимает важное место, являясь неотъемлемой частью повседневной жизни граждан, а также значимым сектором экономики. Услуги общественного питания в условиях конкуренции требуют постоянного повышения стандартов качества, внедрения современных технологий, а также системного подхода к управлению качеством, что и составляет основную задачу исследования.

Важной частью работы является разработка рекомендаций по повышению качества услуг, оптимизации внутренних процессов, внедрению новых стандартов и технологий, а также формированию системы обратной связи с клиентами. Кроме того, рассматриваются вопросы автоматизации бизнес-процессов, кадрового менеджмента и маркетинговых стратегий, что способствует укреплению позиций предприятия и росту его конкурентоспособности.

В первой главе «Теоретические аспекты исследования качества услуг в сфере общественного питания» рассмотрены основные определения и характеристики услуги как вида деятельности, а также выделены ее особенности и структура. Главной целью является создание целостного представления об услуге в этой отрасли, и какие компоненты формируют ее качество.

В рамках главы подробно проанализированы критерии и показатели оценки качества услуги. Выделены такие важные параметры, как безопасность, надежность, эстетика, доступность, информативность и гибкость. Эти показатели позволяют количественно и качественно определить уровень предоставляемых услуг и выявить направления для их улучшения.

Особое внимание уделяется нормативно-правовой базе, которая регулирует стандарты и требования к качеству в сфере общественного питания, включая национальные стандарты и международные рекомендации. Такие

нормативные документы, как ГОСТы, Федеральные законы и санитарные нормы, создают основу для формирования единых требований к качеству услуг, обеспечивая безопасность и соответствие ожиданиям потребителей.

Также в главе рассматриваются методы оценки качества услуг, среди которых выделяются социологические опросы, экспертные оценки, методика SERVQUAL и система тайных покупателей. Эти инструменты позволяют объективно измерять уровень обслуживания, выявлять слабые места и формировать рекомендации по его повышению. Важной идеей является то, что оценка качества — это не разовая процедура, а постоянный процесс, который требует системного подхода и регулярного мониторинга.

Помимо объективного восприятия, в главе рассматривается и субъективное восприятие качества клиентами. Несмотря на наличие стандартов и нормативов, восприятие услуги зависит от множества факторов: атмосферы, уровня сервиса, профессионализма персонала и даже настроения посетителей. Поэтому, для повышения удовлетворенности гостей, необходимо учитывать их мнение, создавать комфортные условия, обеспечивать вежливое обслуживание и своевременное реагирование на пожелания.

Качество услуги в сфере общественного питания влияет непосредственно на удовлетворенность посетителей, их желание вернуться и рекомендации заведения другим. Высокий уровень качества повышает лояльность гостей, способствует формированию положительного имиджа заведения и укреплению его конкурентных позиций на рынке. В свою очередь, низкое качество или несоответствие стандартам ведет к ухудшению репутации, снижению потока посетителей и, как следствие, к финансовым потерям.

Первая глава показывает, что обеспечение высокого качества услуги — это комплексная задача, требующая системного подхода, внедрения стандартов, постоянного контроля и развития. Только через эти меры можно достичь того уровня обслуживания, который удовлетворит ожидания гостей, повысит их лояльность и обеспечит устойчивое развитие предприятия в условиях жесткой конкуренции.

Практическая часть посвящена анализу современных методов оценки и обеспечения качества услуг в сфере общественного питания. В ней подробно рассматриваются различные инструменты и подходы, позволяющие объективно измерять уровень сервиса, выявлять слабые места и внедрять меры по его улучшению. Основная идея заключается в том, что системное и комплексное управление качеством – это залог успешной работы предприятия, повышения лояльности гостей и укрепления его конкурентных позиций.

Для кафе «Бими Вита» в работе был проведен анализ внутренней и внешней среды. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ кафе «Бими Вита»

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество продуктов питания, используемых в приготовлении блюд и напитков.	Ограниченный рекламный бюджет – в целом, ежемесячные затраты на рекламную деятельность в организации варьируются от 25 до 130 тысяч рублей.
Удобное расположение – в самом сердце города, в непосредственной близости от офисных зданий, таких как представительство нефтяной компании «ННК», а также отделение по Саратовской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации.	Ограниченное меню – в меню представлен ограниченный выбор горячих рыбных блюд и безалкогольных напитков, что может оттолкнуть часть посетителей (ранее предприятие себя позиционировало как ресторан, однако по причине введения более ограниченного меню, чем должно быть в ресторане, «Бими Вита» теперь позиционируется как итальянское кафе).
Доступные цены – средний чек в заведении составляет 1500 рублей, это кафе соответствует ожиданиям целевой аудитории и становится привлекательным для широкого круга посетителей.	Слабая маркетинговая политика – недостаточная маркетинговая активность, низкая степень узнаваемости бренда на рынке, отсутствие чётко сформулированной стратегии взаимодействия с целевой аудиторией, а также неэффективное использование каналов продвижения (таких как социальные сети, контент-маркетинг, реклама) приводят к снижению объёмов продаж и упущенным перспективам для роста.
Высокое качество обслуживания – обслуживание посетителей, выделяющее кафе среди прочих конкурентов, способствует повышению степени удовлетворённости гостей и формированию положительного имиджа заведения.	Высокая текучесть кадров – рассчитаем коэффициент текучести кадров за два года: 2023 г.- $2/17 \cdot 100\% = 11,8\%$ текучести; 2024 г. – $5/17 \cdot 100\% = 29\%$ текучести.

Продолжение таблицы 1

Угрозы	Возможности
Высокая конкуренция – увеличение количества заведений общественного питания, предлагающих аналогичные концепции, может привести к снижению гостевой базы. Главным конкурентом кафе «Бими Вита» является «Перк», который, благодаря своей известности, уже имеет сформированную гостевую базу и пользуется высоким уровнем доверия среди потребителей. Высокая узнаваемость бренда способствует привлечению новых гостей, которые уже знакомы с качеством обслуживания и атмосферой заведения.	Развитие доставки и онлайн-заказов – сотрудничество с платформами доставки: взаимодействие с известными сервисами может повысить узнаваемость кафе и привлечь новых посетителей. Развитие партнерских отношений с местными лекторами, аниматорам и пр. в целях организации тематических вечеров, мастер-классов – реализация этих мер может значительно повысить интерес к заведению и привлечь новых посетителей. Вот несколько конкретных шагов и идей, которые могут быть полезны: 1.Определение тематики: • Выбор тем, которые будут интересны нашей аудитории: кулинарные мастер-классы, лекции о здоровом образе жизни, художественные занятия, музыкальные вечера, дегустации вин и т. д. • Определение формата мероприятий: однодневные классы, долгосрочные курсы, лекции или развлекательные вечера. 2.Поиск партнёров: • Исследование местного сообщества: использование местных ресурсов, таких как социальные сети, художественные и образовательные объединения, для поиска специалистов в интересующих наших потребителей областях.
Рост цен на продукты – это актуальная проблема, с которой сталкиваются многие заведения общественного питания, включая кафе «Бими Вита». Рассмотрим, как это может проявляться и как кафе может адаптироваться к изменившейся экономической ситуации. Например: Сезонные колебания- цены на свежие фрукты и овощи могут увеличиваться вне сезона, когда поставки становятся ограниченными. Свежие овощи и фрукты – цены на помидоры, огурцы или яблоки увеличиваются на 20%, это может привести к ощутимому росту себестоимости популярных блюд (например, салатов). Логистические проблемы могут привести к временной приостановке работы и угрожать репутации.	Сотрудничество с фермерскими рынками – Участие в местных мероприятиях, таких как ярмарки и фестивали, может способствовать повышению узнаваемости кафе.

Во второй главе также рассматриваются традиционные методы оценки качества, такие как опросы гостей, анализ жалоб и предложений, а также экспертные оценки. Эти инструменты позволяют получать обратную связь от потребителей и экспертов, выявлять недостатки в организации обслуживания, уровне сервиса, чистоте и атмосфере заведения. Однако такие методы имеют свои ограничения: субъективность восприятия, ограниченность выборки и возможное искажение данных. Поэтому в современных условиях важна интеграция более объективных и системных подходов.

Одним из ключевых методов, выделяемых во второй главе, является система SERVQUAL — универсальный инструмент оценки разницы между ожиданиями клиента и его восприятием фактического уровня услуги. Этот метод основан на пяти параметрах: надежности, отзывчивости, уверенности, эмпатии и материальных факторах. Он позволяет выявлять конкретные области, требующие улучшения, и формировать стратегию повышения качества с учетом ожиданий гостей. Применение системы SERVQUAL помогает понять, насколько услуги соответствуют или превосходят ожидания посетителей, и своевременно устранять выявленные недостатки.

Кроме того, в главе рассматриваются современные методы автоматизации оценки качества, такие как использование систем видеонаблюдения, программного обеспечения для мониторинга сервиса и автоматизированных систем обратной связи. Эти инструменты повышают объективность и оперативность контроля, позволяют отслеживать показатели в реальном времени и быстро реагировать на возникающие проблемы. Важной тенденцией является внедрение систем «тайных покупателей» — специально обученных сотрудников, которые оценивают качество обслуживания по заранее установленным критериям. Этот метод позволяет получить объективную картину ситуации и выявить несоответствия стандартам.

Еще одним важным аспектом является использование информационных технологий и цифровых платформ для сбора отзывов и предложений гостей через мобильные приложения, сайты и социальные сети. Такой подход

увеличивает объем и доступность обратной связи, способствует формированию базы данных для анализа и планирования мероприятий по улучшению качества.

Комплексный подход к повышению качества обслуживания включает в себя множество аспектов, начиная от профессиональной подготовки персонала и заканчивая внедрением современных технологий. Все эти меры в совокупности помогут сделать кафе «Бими Вита» не только местом, где подают вкусную еду, но и заведением, которое ценит своих гостей и стремится удовлетворить их потребности.

В таблице 2 приведены суммарные затраты, необходимые для обеспечения качества обслуживания и их эффективность.

Таблица 2 – Суммарные затраты

Наименование	Затраты в месяц	Суммарные затраты (6 мес.)	Эффективность
Обучение персонала	28000	168000	Инвестиции в обучение персонала помогают эффективнее использовать ресурсы. Это повышает качество обслуживания в кафе. Таким образом, уровень подготовки сотрудников напрямую влияет на успешность работы кафе.
Расходы на внедрение должностей ранер и хостес	$[(25000+25000 * 0,302) * 6+5000] + [(40000+11129) * 6+5000]$	512074	В данном разделе рассматривается взаимосвязь между квалификацией персонала и уровнем качества предоставляемых услуг. Предполагается, что увеличение числа высококвалифицированных сотрудников положительно сказывается на эффективности сервиса. Это обусловлено тем, что профессионалы с глубокими знаниями и навыками способны более эффективно выполнять свои обязанности, что, в свою очередь, приводит к улучшению качества обслуживания гостей.
Расчет стоимости специальных детских предметов	9000 руб. – разовые 11.500 руб. – ежемесячные расходы	$(4000 + 3000 + 2000 + 2500) * 6 + 9000=78000$	Разнообразие специализированных товаров для детей значительно улучшает качество обслуживания посетителей с детьми. Это помогает повысить узнаваемость бренда и эффективность работы кафе. Внедрение широкого ассортимента товаров для детей — важный элемент маркетинговой и операционной стратегии компании.

Продолжение таблицы 2

Расчет стоимости затрат фотозоны	29500	29500	Эффективность затрат на создание фотозоны для кафе обусловлена тем, что данный проект направлен на повышение узнаваемости заведения. Это достигается путем стимулирования гостей к публикации фотографий и упоминаний кафе в социальных сетях. Таким образом, данное вложение можно рассматривать как стратегически обоснованное и экономически целесообразное решение для продвижения кафе на рынке.
Премирование за показатели эффективности	$25778879 \cdot 0,4 / 2250 / 12 = 343$ заказов выше среднего чека. $(382 \cdot (2250 \cdot 0,03)) \cdot 1,3 = 33520,5$ руб.	402246 руб.	
Итого		1189820	

Также в главе акцентируется внимание на необходимости постоянного мониторинга и анализа полученных данных. Ведение системы оценки помогает не только своевременно выявлять и устранять недостатки, но и прогнозировать тенденции и потребности гостей. В результате предприятие может адаптировать свои услуги под изменяющиеся условия рынка, повышая свою конкурентоспособность.

Для кафе «Бими Вита» также важна разработка дополнительных стратегий для улучшения производственного процесса, которая включает в себя обучение и развитие производственного персонала.

Расчет эффективности представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет эффективности мероприятий по совершенствованию качества производственного процесса и процесса обслуживания при оказании услуг общественного питания в кафе «Бими Вита»

Суммарные затраты на мероприятия, руб.	1447320,00
Доля затрат на мероприятия в выручке за 6 месяцев	11,70
Требуемый прирост числа заказов из расчета увеличения среднего чека на 20% с целью покрытия расходов на мероприятия	804,07
Число дней в июле-декабре 2025 г.	184,00
Требуемый ежедневный прирост числа заказов с целью покрытия расходов на мероприятия	4,37
Прогнозируемое сокращение убытков кафе при увеличении ежедневного числа заказов с 5 до 7 единиц	110400

В завершение главы подчеркивается, что внедрение современных методов оценки является неотъемлемой частью системы управления качеством. Они позволяют обеспечить прозрачность процессов, повысить доверие гостей и сформировать позитивный имидж заведения. В условиях жесткой конкуренции и высокой требовательности потребителей, использование комплексных и инновационных методов оценки — это ключ к долгосрочному успеху и развитию бизнеса в сфере общественного питания.

Заключение. В ходе работы был проведен системный анализ теоретических и практических аспектов управления качеством услуг в сфере общественного питания на примере кафе «Бими Вита». Целью было повысить уровень обслуживания и конкурентоспособность через внедрение современных методов оценки и улучшения качества.

На основе анализа предложены меры повышения качества: внедрение цифровых платформ для обратной связи, обучение персонала, развитие маркетинга, автоматизация мониторинга отзывов и создание новых должностей, например «Ранер» и «Хостес», для контроля обратной связи и создания приятной атмосферы.

Эффекты реализации проявились в росте клиентской удовлетворенности, увеличении повторных визитов и положительных отзывов. Автоматизированные системы помогли своевременно выявлять и устранять проблемы, оптимизировать процессы. В результате повысилась лояльность, увеличился средний чек и укрепилась репутация кафе.

В целом, реализованные меры способствуют повышению эффективности работы, укреплению позиций и обеспечению устойчивого развития «Бими Вита» — важнейших условий для долгосрочного успеха и повышения привлекательности для гостей.