

УДК 005.6 / 658.562

DOI 10.51691/2500-3666\_2022\_4\_8

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ  
ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ) В ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО  
ПИТАНИЯ**

**Чаусов Н.Ю.**

*к.э.н., заведующий кафедрой менеджмента,*

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского*

*Калуга, Россия*

**Чаусова Л.А.**

*к. э. н., декан экономического факультета,*

*Калужский филиал РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева*

*Калуга, Россия*

**Власенков А.А.**

*студент,*

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского*

*Калуга, Россия*

**Аннотация.** В статье рассмотрена проблема управления качеством оказываемых услуг и продукции в условиях предприятия бара-ресторана The Pub 102. Проведен анализ бизнес-процессов и продуктов ресторана. Анализ дополнен оценкой посетителей ресторана в отношении качества предоставляемых услуг. Определены факторы, существенно влияющие на качество и безопасность продукции и услуг. С целью повышения качества производства продукции в системе управления качеством услуг и повышения конкурентоспособности предприятия было предложено внедрение эффективного технологического оборудования

**Ключевые слова:** управление качеством, общественное питание, ресторанный бизнес, качество обслуживания

***WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF THE  
QUALITY OF PRODUCTS (SERVICES) IN THE ORGANIZATION OF PUBLIC  
CATERING***

***Chausov N.Yu.***

*Candidate of Economics, Head of the Department of Management,*

*Kaluga State University K.E. Tsiolkovsky*

*Kaluga, Russia*

***Chausova L.A.***

*Candidate of Economics, Dean of the Faculty of Economics,*

*Kaluga branch of RGAU-MSHA them. K.A. Timiryazev*

*Kaluga, Russia*

***Vlasenkov A.A.***

*student,*

*Kaluga State University K.E. Tsiolkovsky*

*Kaluga, Russia*

**Annotation.** The article considers the problem of managing the quality of services and products provided in the conditions of the enterprise of the bar-restaurant The Pub 102. The analysis of business processes and products of the restaurant is carried out. The analysis is supplemented by an assessment of the restaurant's visitors regarding the quality of the services provided. Factors that significantly affect the quality and safety of products and services are identified. In order to improve the quality of production in the quality management system of services and increase the competitiveness of the enterprise, it was proposed to introduce effective technological equipment

**Keywords:** quality management, catering, restaurant business, service quality.

**Введение.** В условиях реалий бизнеса 2022 года, главной проблемой стоит сохранение, адаптация и нахождение конкурентных преимуществ для Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

предприятий общественного питания в условиях кризиса. Организация общественного питания, которая сможет решить комплекс этих задач, не только удержится в рынке, но и нарастит клиентскую лояльность. В противном случае, для организаций, которые не справятся с этими задачами ожидается ускоренная рецессия и выход с рынка. Новые обстоятельства, которые пришли в экономику предъявляют новые требования к качеству продукции. Теперь, организации общественного питания недостаточно делать высокое качество, необходимо производить его с минимальной ценой в условиях разрыва цепочек поставок. Накладываемые условия, можно сказать невыполнимые своей взаимоисключаемостью. Эти факторы переводят в новую плоскость борьбу за конкурентоспособность. Однако, как и ранее, конкурентоспособность основывается на двух аспектах - обеспечении минимальной цены и качества, но производительность труда, наряду со снижением себестоимости уступают важности качества продукции в общественном питании. Так, качество становится первым маяком, который привлекает к себе потребителей общественного питания, что ведет к росту прибыли, реализации социальных задач, и процветанию. Ввиду этого, работа над качеством в сфере общественного питания является важнейшей задачей для всего персонала организации.

Как ранее мы обозначили, касательно конкурентоспособности, совокупный рост качества продукции и обслуживания на предприятии общественного питания является главным фактором стабильности организации. Трудности, с которыми может встречаться в этом аспекте организация, неоднократно поднимались многими исследователями, бизнесменами-практиками в том числе в научных публикациях. Согласно видению этих экспертов отрасли, можно утверждать, что эти проблемы увязываются с общим социально-экономическим фоном страны. В теоретико-прикладном рассмотрении, систему управления качеством рассматривали такие исследователи как Давыдович В.И. [4], Надежин Н. А. [6], Сидякова В.А. Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

[8], Ямбухтина А. С. [12], и другие. Количество работ и авторов по этим темам, свидетельствует о высокой разработанности самой темы, наличии разных взглядов, методических приёмов на решение проблемы менеджмента качества. Однако, несмотря на всё многообразие взглядов на способы повышения качества услуг и продукции, каждый из них является локальным представлением решения управленческой задачи, не даёт возможности собрать из всего многообразия готовую модель управления качеством под конкретную организацию. Задача создания модели управления качеством актуальна на всех предприятия, в том числе и общественного питания. Такой значительный разрыв между теоретическим взглядом и практической реализацией инструментов менеджмента качества с потребностями бизнеса определяет цель и задачи настоящего исследования. Целью исследования является изучение системы управления качеством в организации общественного питания. Теоретической и методологической основой данной работы являются взгляды, исследования, научные работы и научная литература экспертов отрасли общественного питания, их синтез и анализ.

### **Основная часть.**

Как показали исследования, ресторан The Pub 102 с полудня и до 15:00 ресторан занимается информационной деятельностью на улице, промоутеры раздают буклеты и визитки, информируют об акциях бизнес-ланча. В самом пабе есть уголок потребителя, где посетитель может ознакомиться со следующими документами: Закон "О защите прав потребителя"; имеющиеся лицензии и свидетельства организации; копия предлагаемого ассортимента; положение о ресторане; должностные инструкции персонала: директора, менеджера и других, книга отзывов и предложений, информация о рабочем времени и доступности директора.

В ресторане The Pub 102 используется метод обслуживания клиентов при помощи официантов. Интерьер The Pub 102 является ярким и современным, он представляет собой удовлетворяющий посетителей фактор, Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

соответствует молодежной целевой аудитории. Меню, которое предлагает The Pub 102 имеет удобное расположение продуктов. Меню обладает достаточной информативностью - в составе цена, энергетическая ценность, вес продукции. The Pub 102 предлагает вечеринки, зажигает модными музыкальными треками приглашенный диджей. The Pub 102 всегда проходит та или иная акция, предлагающая посетителям подарки. Кроме этого, за исключением обслуживания посетителей The Pub 102 осуществляет: проведение праздников; питание, обслуживание участников культурно-массовых мероприятий, конференций, совещаний, семинаров; доставку продукции, так и на банкет.

Посетитель The Pub 102 ощущает себя желанным гостем. Как только посетитель входит в ресторан, его встречает доброжелательный менеджер, который приятно улыбается. Это создаёт первый позитивный контакт с клиентом и радушие. В инструкциях менеджера сказано, что оставление пришедшего гостя незамеченным более чем полминуты недопустимо. Менеджер встречает со словами «добро пожаловать» предлагает снять верхнюю одежду, пристроить багаж, если такой имеется у посетителя, и приглашает пройти в основной зал, ориентирует посетителя по столам, после того, как предлагает стол, менеджер интересуется доволен ли клиент местом. Данная процедура занимает не более 3 минут. В ситуации полной посадки, нового клиента просят ожидать сообщая примерное время ожидания. Посетитель приглашается исключительно к чистому столу.

Далее к посетителю подходит приветливый и не болтливый официант, который проявляет внимание, но не стремится быть навязчивым. Советуя при выборе, официант предлагает не менее трёх блюд, добавляя о различных фирменных блюдах как наиболее выгодных. При нахождении выбора клиента в стоп-листе, официант извинившись сообщает, что данного блюда сейчас нет и предлагает равноценную замену.

Официант следит за тем, чтобы блюда подавались в правильной последовательности, старается лишней раз не уточнять и не отвлекать

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ожидающего посетителя. Для официанта важно не путать заказы. Время подачи закусок не более 7 минут, а главное блюда клиент получает через 10 минут. Однако, в меню могут указаны корректировки.

Официант приносит клиенту счет в чистой папке в виде официальной, распечатанной справки, без рукописного внесения. Счет получает посетитель по собственному требованию. В инструкциях официанту сказано, что он должен поинтересоваться доволен ли гость, или оправданы ли его ожидания, этот комментарий официант передаёт менеджеру. На оплату отводится не более 3 минут.

В завершении, официант и менеджер прощаются в каждом гостем в отдельности. Менеджер может проводить гостя до выхода, подать багаж, если такой имеется, открыть дверь. Не более чем за 4 минуты стол, где был клиент должен быть подготовлен к приёму нового клиента.

Не всегда посетитель может оказаться доволен посещением ресторана, в подобных случаях сотрудники, которые контактируют с клиентом (официант и менеджер), должны обладать методикой работы с претензиями и жалобами. Претензии необходимо рассматривать немедленно, жалобы сотрудники выслушивают внимательно. Персонал извиняется в подобных случаях. В случаях, когда этого недостаточно, менеджер или официант приглашает решить проблему с выше стоящим руководством - директор или зав.производством. Владелец The Pub 102 оповещается об инциденте. Письменные претензии рассматриваются директором или владельцем, а посетитель получает по ним ответ не более, чем за неделю.

После того, как гость решается с выбором блюд, официант подходит к столу и принимает заказ. Когда посетителей не один, и они увлечены диалогом, официант может поинтересоваться, готовы ли они уже сделать заказ. Алкоголь посетители могут выбрать вместе с главным заказом.

The Pub 102 имеет стандарты временного обслуживания клиентов. Так, общая длительность ожидания постоянно сводится к минимуму, а в случаях его Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

неизбежности, персонал старается сделать ожидание для клиента приятным. Количество гостей в данный момент времени - важный параметр для The Pub 102. Когда ресторан пользуется спросом и клиент знает об этом, он готов на некоторое большее временем ожидание. Так же, возможен разрыв в представлении длительности ожидания, чего следуе избегать. Для посетителей предлагаюся бизнес-ланчи в обеденный перерыв и стандарт для ресторана - 17 минут на обслуживание клиента.

В ресторане The Pub 102 в декабре 2021 года проводился опрос, за участие в котором посетитель получал небольшой подарок – сувенирную ручку с логотипом ресторана. В опросе за 10 дней приняли участие 100 человек. Основные посетители ресторана это, прежде всего, работающие и живущие поблизости люди, молодежь. В табл. 1 представлены оценки посетителей ресторана в отношении качества предоставляемых услуг.

Таблица 1 - Оценки посетителями ресторана The Pub 102 качества предоставляемых услуг (чел.)

Показатели	Варианты ответов		
	Нравится	Не нравится	Воздерживаюсь от ответа
Быстрота обслуживания	34	42	16
Качество обслуживания	31	11	4
Помощь персонала при выборе блюд	18	80	15
Вкусовые качества блюд	41	5	30
Умение подать блюда	41	30	9
Наличие дополнительных услуг	27	57	18
Интерьер	95	17	5
Комфортная обстановка	71	3	8
Наличие парковки	63	7	18
Удобной месторасположение	54	28	4
Общее впечатление от ресторана	72	5	38

Данные рис. 1. показывают, что максимальное количество положительных ответов посетителей ресторана приходится на «Интерьер», «Комфортную обстановку», «Наличие парковки», «Удобное местоположение».

Не удовлетворены посетители ресторана The Pub 102 «Быстротой обслуживания», «Качеством обслуживания», «Помощью персонала при выборе блюд», «Умением подать блюда».

На рис. 1 представлена оценка уровня обслуживания в ресторане The Pub 102. Видно, что 67% не очень удовлетворены качеством услуг.

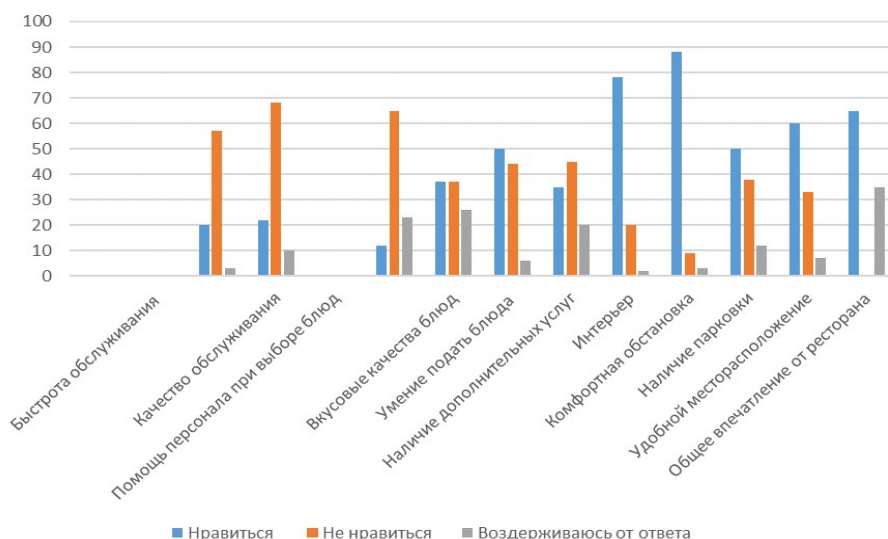


Рисунок 1 - Общая оценка уровня качества предоставляемых услуг  
Выполнено авторами

В целом, организация обслуживания в ресторане осуществляется в соответствии с предъявляемыми требованиями [7, 9, 10]. Анализ деятельности THE PUB 102 показал, что предприятие соблюдает все основные критерии качества услуг в процессе своей работы. THE PUB 102 использует подход на основе TQM (Total Quality Management или всеобщее управление качеством) [1, 2, 3] и системы НАССР [5]. Это в значительной степени обеспечивает формирование системы управления качеством, которая имеет целью долгосрочную прибыль предприятия посредством удовлетворения клиентских потребностей. Персонал ресторана демонстрирует достаточно высокий уровень социальной ответственности [11].

Вместе с тем анализ позволил выявить над какими критериями нужно  
Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666



поработать, чтобы добиться лучшего результата. Так, анализ бизнес-процессов и продуктов ресторана The Pub 102 показывает, что система качества его услуг включает в себя ряд аспектов, которые могут быть причиной периодической неудовлетворенности посетителей.

1. Несоответствие взглядов руководства на бизнес процесс и качество и ожиданиями посетителей ресторана. К примеру, потребителю более привлекательна фоновая мягкая музыка, нежели эстрадная.

2. Несоответствие взглядов руководства со желанием посетителей по качеству загрузки персонала работой. Например, загрузка персонала не соответствует основному времени наплыву посетителей, из-за чего ожидание посетителей может быть длительным.

3. Неудовлетворённость общим качеством услуг посетителями и разрыв ожиданий посетителей со стандартами качества The Pub 102. Данный разрыв является комплексным и состоит из множества элементов. Так, в силу может быть недостаточная подготовка персонала, перегруженности работой и нехватка рабочих рук в ситуациях когда они очень нужны, пониженное эмоциональное состояние сотрудников, и многое другое. Обслуживание посетителей преследует в бизнесе общественного питания не только получение их удовлетворённости, но и дохода от деятельности, что неизбежно выстраивает многогранные противоречия.

Возникновение неудовлетворённости потребителями от полученной услуги возникает с того момента, когда реализуется один или более факторов, указанных выше. Исходя из этого, довольно понятно из-за чего руководство и клиент видят качество свои услуг по разному.

Клиент по своему классифицирует элементы обслуживания и имеет на них хоть и разную точку зрения, но эмоциональное недовольство от разрывов качество получают всё. С точки зрения клиентов, эти элементы выглядят следующим образом:

1. Критические - эти элементы обеспечивают общую оценку заведения, Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

и несут минимально нейтральный характер. Посетителю либо нравится общее видение ресторана, либо нет. Критический элемент обеспечен основными воздействующими факторами на клиента. Потребности, которые происходят из этих факторов требуют немедленного удовлетворения.

2. Нейтральные - данные элементы оценки посетителем не несут значительного влияния на опыт, и формируют нейтральную зону.

3. Приносящие удовольствие - подобные элементы формируют либо позитивное отношение клиента к заведению, либо чувство благодарности. Наиболее ярко эта реакция проявляется при предвосхищении ожиданий. Эта реакция не появляется при стандартном обслуживании либо неудовлетворенности желаний.

4. Приносящие разочарование - подобные элементы всходят на поверхность при возникновении отрицательных реакций. Но они не проявлены при правильных действиях персонала. Эти элементы могут находиться в порой неожиданных местах, неудачное место парковки, её конфигурация, сугробы или грязь, длительный путь до заведения, неудобство в способах расчета с клиентом, общая грязь в заведении, недружелюбность сотрудников.

Предлагается для совершенствования качества предоставляемых услуг на предприятии ресторанного бизнеса THE PUB 102 внедрение более эффективного технологического оборудования, чем оно есть на данный момент. Внедрение эффективного технологического оборудования предполагает повышение качества продукции, а также, время отдачи блюд, которое является важнейшим фактором увеличения эффективности работы предприятия. Электрический фритюр с системой фильтрации – высокотехнологичное оборудование, с помощью которого сократится время подачи блюд, а так-же возрастёт качество выпускаемой продукции посредством постоянной фильтрации масла для фритюра от гари и прочих загрязнен. Электрический фритюр с системой фильтрации – это универсальный тепловой агрегат, предназначенный для приготовления объемного количества продукции

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

общественного питания в большом количестве масла. Оборудование позволяет рационально использовать, время работника. Экономия масла составляет более 45%.

**Заключение.** Проведенное нами исследование показало, что качество продукции и услуг организации общественного питания формируется под воздействием различного рода производственных и управленческих факторов. Ресторан The Pub 102 использует в своей деятельности стандарты для предприятий общественного питания» и обеспечивает безопасность потребителей и экологические требования по безопасности окружающей среды. С целью повышения качества производства продукции в системе управления качеством услуг и повышения конкурентоспособности предприятия было предложено внедрение эффективного технологического оборудования.

#### **Библиографический список.**

1. ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. [Текст]. – Введ. 2020-07.01. – М.: Изд-во стандартов, 2020. – 15с.

2. ГОСТ Р 50763-2007. Услуги общественного питания. Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. [Текст]. – Введ. 2019-01-01.–М. : Изд-во стандартов, 2019. – 23 с.

3. ГОСТ Р 50764-2009. Услуги общественного питания. Общие требования. [Текст]. – Введ. 2018-01-01.– М. : Изд-во стандартов, 2018. – 11с.

4. Давыдович, А. Р. Качество обслуживания и сохранение постоянных клиентов на предприятиях питания [Текст]: материалы научно-практической конференции // А. Р. Давыдович, С. А. Калашникова : под общ. ред. Р. Давыдович. – Сочи : РИО СНИЦ РАН, 2020. – С. 88-91.

5. Замятин, А. Н. Разработка системы менеджмента качества и безопасности молочной продукции на основе принципов HACCP / А. Н. Замятин, А. А. Мигел, Н. Ю. Чаусов // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Т. 3. – № 1. – С. 103-107. – EDN GGWLNQ.

6. Надежин, Н. А. Современный ресторан и культура обслуживания [Текст]: учеб. пособие / Н. А. Надежин, В. А. Красильников, Н. А. Красильников. – М. : Экономика, 2021. – 128 с.

7. Оробейко, Е. С. Организация обслуживания: рестораны и бары [Текст] : учеб. пособие / Е. С. Оробейко. – М.: Альфа М; ИНФРА-М, 2020. – 320 с.

8. Сидякова, В. А. Управление качеством обслуживания в общественном питании, как показатель конкурентоспособности предприятия [Текст] / В. А. Сидякова // Вестник НГИЭИ. – 2018. – № 7 (26). – С. 116-122.

9. Хмырова, С. В. Ресторанный маркетинг [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / С. В. Хмырова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 255 с.

10. Цветаев, В. М. Управление рестораном [Текст] : учеб. пособие / В. М. Цветаев. – СПб : Питер, 2020. – 412 с.

11. Чаусова, Л. А. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентной среды организации / Л. А. Чаусова // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, Калуга, 17 февраля – 02 2015 года / Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, 2015. – С. 196-200. – EDN VNBVYRX.

12. Ямбухтина, А. С. Управление качеством обслуживания в общественном питании / А. С. Ямбухтина // Мировая наука. – 2017. – № 4(4). – С. 109-111. – EDN ZDODBN.

*Оригинальность 80%*

