

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический
университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра социологии и социальной работы

**АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ
«TENET» Г. ЕКАТЕРИНБУРГА**

Выпускная квалификационная работа бакалавра
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение
(по отраслям)
профилю подготовки «Сервис»
профилизации «Сервис в социально-бытовой сфере»

Идентификационный код ВКР: 385

Екатеринбург 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический
университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра социологии и социальной работы

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заведующая кафедрой СЦР
_____ Л. Э. Панкратова
« ____ » _____ 2019 г.

**АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ
«TENET» Г. ЕКАТЕРИНБУРГА**

Выпускная квалификационная работа бакалавра
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение
(по отраслям)
профилю подготовки «Сервис»
профилизации «Сервис в социально-бытовой сфере»

Идентификационный код ВКР: 385

Исполнитель:
студентка группы СБС – 401

Е. Э. Маняпова

Руководитель:
канд. филос. наук, доцент кафедры СЦР

Л. Э. Панкратова

Нормоконтролер:
ст. преподаватель кафедры СЦР

Т. А. Заглодина

Екатеринбург 2019

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 69 страницах, содержит 43 источника литературы, а также 2 приложения на 7 страницах.

Ключевые слова: СЛУЖБА ПИТАНИЯ, СПЕЦИФИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ, ГОСТИНИЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, СТРУКТУРА СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ, КАЧЕСТВО УСЛУГ.

Объектом работы является организация службы питания в гостиничном предприятии.

Предметом работы является деятельность службы питания в отеле «Tenet» г. Екатеринбурга

Цель работы – проанализировать деятельность службы питания в отеле «Tenet» г. Екатеринбурга

Работа посвящена анализу деятельности службы питания в отеле. Во введении раскрыта актуальность темы, практическая значимость работы, дана общая характеристика использованных в работе методов анализа и сбора эмпирической информации, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет дипломной работы.

Выпускная работа содержит 3 главы. В первой главе дана общая характеристика службы питания в гостиничных предприятиях, раскрываются основные понятия, функции, роль. Рассмотрена специфика обслуживания гостей службой питания в гостиничных предприятиях. Во второй главе рассмотрена организация обслуживания гостей службой питания отеля «Tenet», проведен анализ удовлетворенности гостей службой питания. В третьей главе произведена методическая разработка лекции и теста по теме «Повышение качества обслуживания питания в отеле»

В заключение подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	6
1.1. Службы питания в гостиницах: понятие, функции и роль.....	6
1.2. Специфика обслуживания гостей службой питания гостиничного предприятия	12
2. СЛУЖБА ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ «TENET» Г. ЕКАТЕРИНБУРГА: ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ.....	20
2.1. Организация обслуживания гостей службой питания отеля «Tenet» г. Екатеринбурга.....	20
2.2. Анализ удовлетворенности гостей службой питания «Tenet» г. Екатеринбурга.....	34
3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ТЕМЕ «ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ».....	43
3.1. Конспект учебного материала к занятию «Повышение качества обслуживания в отеле»	43
3.2. Разработка теста по теме «Повышение качества обслуживания в отеле».....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	57
ПРИЛОЖЕНИЯ	62

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день гостиничный бизнес является одной из наиболее перспективных и быстроразвивающихся отраслей, приносящей по всему миру многомиллионные прибыли. Гостиничный бизнес, как подотрасль туристского, несет в себе огромный потенциал для российского рынка. С каждым годом растет количество гостиниц и отелей, как в нашей стране, так и за рубежом. Индустрия гостеприимства представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма.

В рыночных условиях предприятия гостиничного сервиса должны качественно удовлетворять потребности населения в услугах и при этом получать прибыль. Это возможно только при правильной маркетинговой, рекламной и PR политике, которую реализует предприятие сервиса и туризма.

Эффективность гостиничной деятельности зависит от качества обслуживания клиентов, то есть от наличия качественного сервиса.

Конкурентоспособность гостиницы зависит от целого комплекса факторов, которые целесообразно классифицировать следующим образом: внешние факторы гостиницы; факторы отраслевого окружения; факторы внутренней среды гостиницы. Гостиница не может оказывать воздействие на факторы макроуровня. Она может только подстраивать свою деятельность под влияние этих факторов, поэтому резервы роста конкурентоспособности гостиниц, необходимо искать во внутренних факторах.

Создать клиентоориентированный бизнес возможно лишь через улучшение процесса взаимодействия с клиентом в деталях. Иногда это совсем мелкие детали, кажущиеся несущественными, но именно они, как множество кирпичей строят здание качественного сервиса.

Служба питания гостиничного предприятия является второй после службы управления номерным фондом по численности работающего персонала – в ней занято от 20 до 30% всех сотрудников.

Серьезной проблемой, которой в настоящее время следует уделять внимание менеджерам гостиничных предприятий, является отсутствие клиентоориентированного сервиса в службе питания отеля.

Актуальность вопроса организации деятельности службы питания заключается в том, что в настоящее время при грамотном подходе к сервису в гостиничном комплексе можно достичь повышения качества услуг службе питания и повысить эффективность и конкурентоспособность данного сектора на рынке.

В настоящее время форма и виды услуг, оказываемых службой питания, могут предоставляться не только в ресторанах и барах отеля, но и непосредственно в номере гостя или даже за пределами гостиничного предприятия.

Объектом исследования является организация службы питания в гостиничном предприятии.

Предметом исследования является деятельность службы питания в отеле «Tenet» г. Екатеринбурга.

Целью данной работы является анализ деятельности службы питания в отеле «Tenet» г. Екатеринбурга.

Информационная база работы включает нормативно-правовые акты, статистические материалы, труды ведущих отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблемам деятельности службы питания в отеле (Брусенцов Е.И., Солдатюк О.С., Шехов Д.М., Дементьева С.В., Брашнов Д.Г. и др.), статьи, опубликованные в периодических изданиях, а также Интернет-ресурсы.

Для достижения цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить понятие, функции и роль службы питания в гостиницах;
- 2) рассмотреть специфику обслуживания гостей службой питания гостиничного предприятия;
- 3) провести анализ организации обслуживания гостей службой питания отеля «Tenet» г. Екатеринбурга;

4) провести анализ удовлетворенности гостей службой питания «Tenet» г. Екатеринбурга;

5) разработать конспект учебного материала к занятию «Повышение качества обслуживания в отеле» и тест по теме «Повышение качества обслуживания в отеле».

Методами исследования были теоретические: анализ, синтез, систематизация, классификация, типологизация, обобщение и эмпирические: описание, наблюдение, опрос.

Теоретическую базу исследования составили фундаментальные монографические работы, современные научные статьи в ведущих журналах по проблемам деятельности службы питания в отеле.

Работа состоит из введения, трех глав текста, заключения, списка использованных источников.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

1.1. Службы питания в гостиницах: понятие, функции и роль

Важным вопросом при реализации подхода клиентоориентированного сервиса в гостинице является грамотное и качественное обслуживание гостей службой питания и напитков.

Служба питания и напитков (Food and Beverage Department) (служба организации питания, ресторанов и баров) занимается предоставлением самой важной из всех сопутствующих размещению услуг – организации питания проживающих гостей. Помимо того, данная служба предоставляет услуги ресторанов и баров клиентам, не проживающим в гостинице, а также обслуживает специальные мероприятия (банкеты, конференции, семинары, переговоры и т.д.), проходящие в отеле¹.

Рассматриваемая служба является второй после службы управления номерным фондом по численности работающего персонала – в ней занято от 20 до 30% всех сотрудников, она же занимает второе после номерного фонда место в структуре доходов, генерируя около трети всех доходов гостиничного предприятия². В настоящее время форма и виды услуг, оказываемых данным подразделением, могут предоставляться не только в ресторанах и барах отеля, но и непосредственно в номере гостя или даже за пределами гостиничного предприятия.

Обычно структура гостиничного комплекса включает подразделение общественного питания. Собственное предприятие питания приносит гостинице значительный доход. Но получение высоких экономических результатов возможно лишь при эффективной работе руководства над

¹ Брашнов Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса. Экономика гостиничного бизнеса: учебное пособие / Д.Г. Брашнов. Флинта, Москва, 2017. С. 55.

² Дементьева С.В. Отельный менеджмент: учебное пособие / С.В. Дементьева. Издательство Томского политехнического университета, 2017. С. 78.

улучшением качества обслуживания, сервиса ресторанов и баров, а также организации питания в номерах.

Служба питания в отеле обеспечивает существенную прибыль (около 50% от совокупного объема прибыли отеля), а также содействует увеличению количества отдыхающих в гостинице, для которых большую роль играют условия питания. Гостиница, в зависимости от своей категории и размеров может включать различное количество ресторанов, баров, кафетериев, закусочных, а также услугу рум-сервис. На рисунке 1 приведена типовая структура службы питания в масштабном гостиничном комплексе.

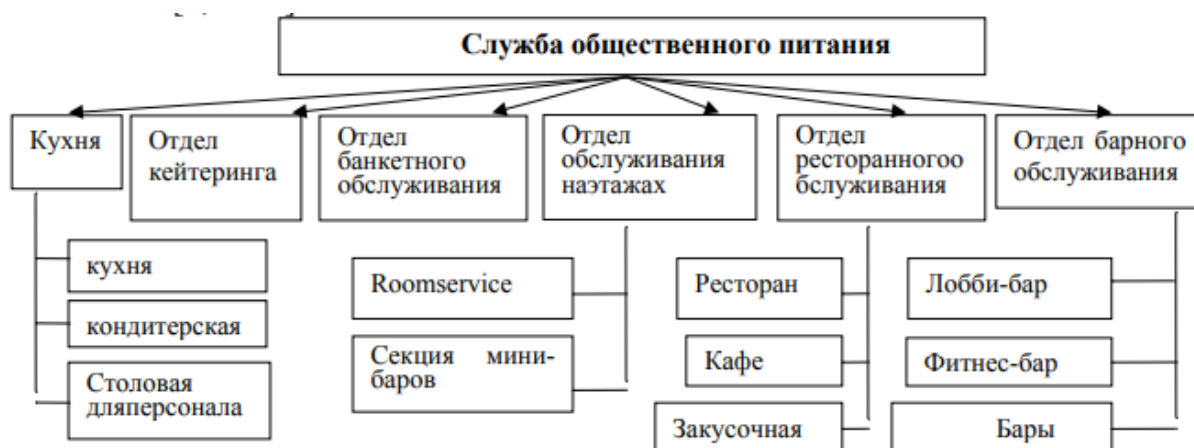


Рис. 1. Стандартная структура службы питания в гостинице¹

На каждого работника службы общепита возлагается четко определенный перечень обязанностей. В зависимости от уровня самостоятельности службы, она может включать должность бухгалтера.

В зависимости от классности и специализации гостиницы служба питания и напитков может включать следующие подразделения:

- кухня;
- рестораны и бары;
- банкетная служба;
- служба обслуживания в номерах (room-service);
- служба мини-баров;

¹ Елканова Д.И. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие / Д.И. Елканова. М.: Дашков и Ко, 2018. С. 45.

- кафе для персонала;
- служба стюардинга¹.

Кухня (Kitchen) является производственным подразделением службы питания и напитков, так как отвечает за приготовление и оформление блюд и десертов, предлагаемых гостям в ресторанах в виде «шведского стола» (завтрак, обед, ужин) и по меню а la carte, при организации кофе-пауз, банкетов и фуршетов, праздничных ужинов, а также выездных мероприятий.

Шеф-повар гостиницы – главный повар кухни – отвечает за разработку меню в ресторанах и барах, вариантов ланчей, кофе-пауз, фуршетов и ужинов для банкетной службы, а также тематических вечеров и фестивалей иностранной кухни. В отдельных случаях сам участвует в приготовлении блюд. Кроме того, шеф-повар руководит персоналом кухни, контролирует качество блюд и затраты на их производство. Повара и кондитеры непосредственно участвуют в приготовлении блюд. Служба стюардинга отвечает за чистоту посуды и столовых приборов кухни, складов, ресторанов и баров, кафе для персонала и банкетных залов.

Рестораны и бары (Restaurants & Bars) включают помещения, оборудование и персонал, необходимые для непосредственного оказания услуг питания в гостинице². Основной функциональной зоной всех сотрудников службы являются рестораны и бары, работающие в определенные часы. В течение дня официанты и метрдотели обслуживают проходящие в ресторанах в установленное время завтраки, ланчи и ужины для гостей и внешних потребителей (с улицы), а также выполняют специальные заказы (организация питания групп и участников конференций в ресторанах по существующему меню или «шведский стол»).

¹ Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства: учеб. пособие для студентов вузов. Изд. 2-е. М.: РДЛ, 2017. С. 33.

² Асанова И. М. Деятельность службы приема и размещения: учебник для студ. высш. учеб. Заведений. М.: Академия, 2017.С. 45.

Менеджер рассматриваемой службы принимает активное участие в разработке меню для ресторанов и баров, калькуляции себестоимости продукции, осуществляет контроль за качеством обслуживания.

Служба обслуживания в номерах (Room-service), как правило, подчинена менеджеру ресторанов и баров внутри службы питания и напитков. Основной принцип ее работы – организация питания гостей в номерах. В настоящее время эта удобная форма обслуживания существует практически во всех международных отелях. При этом для удовлетворения простейших запросов гостей в номерах устанавливаются мини-бары – небольшие холодильники с фиксированным набором прохладительных и алкогольных напитков, а также соков и закусок, которые пополняются ежедневно. Координаторы этой службы обязаны своевременно включать в счет гостя плату за использованные напитки и закуски.

Для удовлетворения более сложных заказов по питанию в гостевых номерах раскладываются меню, блюда которых можно заказывать по телефону из номера¹. Выполненный заказ в номер приносит официант службы, принимает оплату наличными либо подписывает чек у гостя, сумма которого включается в общий счет, расчет по которому производится при окончательной выписке.

Банкетная служба (Catering Department) включается в структуру службы питания и напитков в случае, если в гостинице помимо номеров, ресторанов и баров существуют также помещения для проведения бизнес-мероприятий (конференций, семинаров, презентаций, переговоров, встреч), а также банкетов, фуршетов, корпоративных вечеров и т.д.

Принадлежность банкетной службы к подразделению питания и напитков объясняется тем, что, как правило, в большинстве случаев обслуживание подобных мероприятий связано с организацией питания их участников.

¹ Шехов Д. М. Обеспечение качества обслуживания на предприятиях общественного питания в гостиничном бизнесе // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Международной пятнадцатой научно-практической конференции. 2017. С. 350.

Тем не менее, как показывает практика, руководство гостиниц иногда не разделяет функции персонала банкетной службы и службы ресторанов и баров – в результате страдает качество обслуживания¹. На самом деле основное функциональное отличие между этими двумя службами состоит в том, что персонал ресторанов обслуживает стандартные мероприятия по питанию, проходящие для гостей отеля или внешних потребителей изо дня в день в установленные часы по заранее утвержденному меню (например, завтрак в ресторане с 7-00 до 11-00 или воскресный бранч с 12-00 до 16-00 и т.п.). Обслуживание таких мероприятий не требует оплаты по безналичному расчету или составления специального договора, а ограничивается оплатой наличными, кредитными картами или записью суммы счета на комнату гостя.

Сотрудники же банкетной службы заняты обслуживанием специальных мероприятий с использованием, в большинстве случаев, представительских помещений отеля (банкетных залов, переговорных комнат, конференц-холлов и т.д.). Кроме того, обслуживание таких мероприятий с использованием официантов является лишь одной из стадий многоступенчатого процесса, требующего предварительной организации, – обсуждение деталей мероприятия, установление сроков его проведения, выбор зала и технического оборудования, составление меню, определение формы оплаты и подготовка контракта. Подготовительной стадией мероприятия занимается офис продаж банкетных услуг, передающий информацию для исполнения (обслуживания мероприятия) в банкетную службу.

Также стоит отметить, что для подразделений питания свойственна значительно большая текучесть кадров, чем для самого отеля. Трудовые договоры могут расторгаться как по инициативе персонала, так и по инициативе руководства. Это обусловлено тем, что потребность в обеспечении высокого качества обслуживания предусматривает отменные требования к

¹ Гуторова Т. Р. Оптимизация ресторанного бизнеса в составе предприятия гостиничного сервиса // Лучшая студенческая статья 2016: сб. ст. II Международного науч.-практ. конкурса. Пенза, 2016. С. 340.

квалификации и профессионализму сотрудников, включая работу метрдотеля (официантов, барменов, администраторов), работу поваров, и прочих, потому что уровень престижа гостиницы и его службы питания оценивается посетителем по двум ключевым критериям: качественные блюда и качественное обслуживание.

К специфической особенности сферы питания в гостинице можно отнести необходимую способность ресторанного менеджмента оперативно решать возникающие сложности при полной загрузке номерного фонда, так как это может значительно повлиять на качество обслуживания в кафе или ресторане и, как следствие, на их доходность.

Обеспечение качества обслуживания на предприятиях питания в гостиничном бизнесе требует отказа менеджмента от устойчивой централизации, характерной линейно-функциональным системам управления отелями¹. Более эффективным будет предоставление максимального уровня автономности каждому подразделению общепита.

Обратим внимание, что в подразделении общепита, которое насчитывает более 25 работников, рационально назначение должности администратора / директора ресторана, кафе, на которого можно возложить обязанности по обеспечению и контролю над качеством обслуживания клиентов. При меньшем количестве персонала, данные функции могут быть делегированы руководителю службы общественного питания. Кроме того, работников, напрямую взаимодействующих с посетителями, следует наделять дополнительными полномочиями, которые превышают пределы их прямых обязанностей. Такое распределение полномочий позволяет сотрудникам мгновенно и эффективно решать возникающие трудности и сдерживать отток клиентов.

¹ Шехов Д. М. Обеспечение качества обслуживания на предприятиях общественного питания в гостиничном бизнесе // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Междунар. пятнадцатой науч.-практ. конф. 2017. С. 351.

Таким образом, служба питания занимается предоставлением организации питания проживающих гостей. Также данная служба предоставляет услуги ресторанов и баров клиентам, не проживающим в гостинице, а также обслуживает специальные мероприятия (банкеты, конференции, семинары, переговоры и т.д.), проходящие в отеле.

1.2. Специфика обслуживания гостей службой питания гостиничного предприятия

Высокий уровень качества обслуживания на предприятиях питания в гостиничном бизнесе обеспечивается за счет соответствия обязательных показателей ГОСТам, санитарным и иным нормам.

Также на предприятиях питания особое место занимают культура обслуживания и качество продукции. Однако качество услуг на предприятиях питания зависит и от иных факторов, в числе которых внешний вид ресторана, его интерьер, художественное оформление предметов сервировки, уровень музыкального обслуживания и др.¹.

Для оценки качества обслуживания на предприятиях питания в гостиничном бизнесе посетители используют следующие основные критерии:

- степень доступности (насколько просто получить своевременный доступ к услуге);
- репутация гостиницы (насколько гостиничный бренд заслуживает доверия);
- знания (действительно ли поставщик услуг реагирует на желания потребителя);
- надежность (насколько обоснована и надежна услуга);
- безопасность (нет ли вероятности риска и причинения вреда при потреблении услуги);

¹ Шехов Д. М. Обеспечение качества обслуживания на предприятиях общественного питания в гостиничном бизнесе // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Междунар. пятнадцатой науч.-практ. конф. 2017. С. 352.

- компетенция персонала (достаточно ли знания и квалификация у работников для оказания услуг высшего качества);
- уровень коммуникации (насколько грамотно организация донесла до клиента смысл предоставляемой услуги);
- обходительность (насколько персонал общепита внимателен и тактичен к желаниям потребителей);
- реакция сотрудников (выражают ли сотрудники желание и способности мгновенно предоставить услугу);
- осязаемые факторы (насколько внешний вид сотрудников общепита, а также окружающая обстановка соответствует качеству предоставляемой услуги)¹.

Первые пять критериев связаны с качеством предоставляемой услуги, а последние пять – с качеством процесса ее осуществления.

Обеспечение высокого качества обслуживания на предприятиях питания в гостиничном бизнесе достигается посредством внутреннего маркетинга и регулярных вложений в повышение квалификации персонала. Репутация гостиницы и ее безопасность являются взаимозависимыми факторами, так как если доверяет поставщику услуги, то он надеется, что использование данной услуги повлечет за собой некую опасность или риск. Кроме того, безопасность можно укрепить, предоставив значительный объем информации об услуге посредством рекламы или рекомендаций довольных клиентов.

Потребитель при выборе предприятия общественного питания, всецело анализирует в уме все указанные факторы качества услуг, опираясь при этом на восприятие собственных органов чувств и свой жизненный опыт.

Для обеспечения требуемого уровня качества обслуживания в гостиничном общепите предприятиям необходимы новейшие технологии, передовая материально–техническая база, высококвалифицированные

¹ Брусенцов Е. И. Организация службы питания в структуре гостиницы // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2017. Т. 10. № 2. С. 215.

сотрудники, эффективная организация проводимых работ, эффективное руководство организацией с привлечением системы управления качеством.

Особенностью службы питания является высокая степень надежности, что обеспечивает престижность гостиничного хозяйства, организационно-профессиональный уровень руководства данного подразделения.

Одним из значимых моментов в гарантировании эффективного качества обслуживания гостиничных ресторанов является обеспечение достаточного уровня автономности службы общественного питания. Изначально, сферы гостиничного и ресторанного дела относятся к отдельным самостоятельным отраслям деятельности, так как имеют как ряд единых свойств, так и ряд специфических.

Например, в сфере туристско-рекреационной деятельности ключевым направлением является предоставление услуг по размещению гостей в максимально комфортабельных условиях. В то время как, службы гостиничного общепита занимаются предоставлением дополнительных услуг, содействующих повышению уровня привлекательности гостиничного продукта и поднятию общего имиджа гостиницы.

Выручка отделов питания гостиницы соотносится с объемами доходов от использования номерного фонда, а количество занятых работников составляет порядка 30-50% от общего количества занятых в гостиничном комплексе¹.

Служба питания при гостиницах – это обеспечение качественного приготовления пищи с ее разнообразным ассортиментом. Данный характер сервиса призван дополнить собой многочисленные компоненты в развитии туризма. К таким компонентам, требующим взаимодействия, следует отнести:

- укрепление здоровья клиентов в единстве с культурой питания;
- сохранение устойчивого социального настроения;
- формирование эффективных направлений образа жизни;

¹ Солдатюк О. С. Инструменты нематериальной мотивация персонала в службе питания гостиницы // Современное образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. XIII Междунар. науч.-практ. конф. 2018. С. 78.

– совершенствование стимулов к познанию новых видов питания в соответствии с затратами и результатами.

Ресторанный сервис воспроизводит отношение с ориентацией на сохранение мобильно-устойчивого состояния посетителей – туристов. Как правило, ресторанный сервис в гостиничном комплексе подчинен трем важнейшим задачам:

- 1) предоставить сбалансированное питание;
- 2) привлечь туристов к использованию дополнительных ресторанных услуг (формирование новых потребностей);
- 3) предоставить услуги по организации банкетных мероприятий с реализацией законов исключительного гостеприимства.

Решение поставленных задач позволяет достичь эффективного гибкого ценообразования; устранить поиск альтернативных объектов питания. Суммарность действий по выполнению задач позволяет поднять эффективность гостиницы, расширить условия для клиентурного порядка, т.е. сохранить ожидаемые результаты, обеспечить возможность повторного посещения с увеличением спроса на места.

Организация обслуживания организованных групп предполагает использование комплексного меню или питания по формату шведский стол. Шведский стол является одним из самых бюджетных и удобных способов подачи пищи в отеле. В первую очередь, затрачивается меньше времени на обслуживание одновременно большого потока людей, задействовано меньше сотрудников и появляется возможность планировать объем необходимой пищи, тем самым рационально расходовать все ресурсы в зависимости от загрузки отеля или заявок на питания организованных групп.

Взаимодействия между службой приема и размещения (СПиР) и службой питания состоит в том, что информация о питании гостей, поступает заблаговременно. Ежедневно, накануне следующего дня, служба СПиР

предоставляет отчет по питанию гостей и групп в службу питания¹. При любых изменениях в питании гостей должно быть оперативное реагирование.

При полной посадке гостей в ресторане официантов следует закрепить за зонами, которые они будут обслуживать. Питание для организованных групп должно быть быстрое и хорошо отлажено, все гости должны одновременно поесть. Не допускается нехватка еды для части гостей из одной группы. Администратору следует взаимодействовать с кухней и оперативно решать все вопросы. Если группа питается с остальными индивидуальными гостями, то ее столы следует выделить отдельно и поставить на стол тейбл тенд с названием группы.

Организация обслуживания иностранных туристов предполагает использование нескольких видов меню, учитывающих особенности национальной кухни гостей и включающих блюда своей национальной кухни. В службе питания должно быть несколько видов меню: комплексное меню европейских завтраков, комплексное меню для организованных групп, меню порционных блюд, диетических, вегетарианских, детских и т. д.

Обслуживание иностранных гостей и туристов в ресторанах, кафе и барах имеет свои особенности, которые связаны не столько с культурой обслуживания, сколько с учетом традиций питания разных народов². Данная группа гостей требует особой деликатности, повышенного внимания и высокого профессионализма.

Надо учитывать, например, что американцы пьют кофе перед завтраком, а корейцы не употребляют кофе вообще. Гостям из Индии и некоторых других стран следует подавать чай.

¹ Брусенцов Е. И. Организация службы питания в структуре гостиницы // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2017. Т. 10. № 2. С. 216.

² Гуторова Т. Р. Оптимизация ресторанного бизнеса в составе предприятия гостиничного сервиса // Лучшая студенческая статья 2016: сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конкурса. Пенза, 2016. С. 343.

Европейцы завтракают, обедают и ужинают с минеральной или фруктовой водой, а народы Востока – японцы и корейцы – чаще всего минеральную воду не пьют вообще.

Датчане, норвежцы, чехи и румыны не любят баранину. Венграм не стоит предлагать кисели, а англичанам – вареные колбасы, блины и пельмени. Румыны не употребляют соусы, а корейцы не признают вкус бульонов. Скандинавы не обратят внимания на блюда из творога¹.

Для арабов мясные блюда должны быть халяльными, и они не едят свинину. «Халяль» буквально с арабского переводится как «дозволенное Аллахом», и в мусульманском мире означает дозволенные поступки в целом. Есть множество правил. Самые основные касаются употребления конкретных животных в пищу и способа их производства. Согласно стандартам сертификации «Халяль», животное должно быть здоровым, забой должен происходить гуманным методом: одно животное не должно видеть, как забивают другое; забивать должны быстро и остро отточенным ножом путём перерезания шейной артерии; в это же время забойщик произносит молитву «Бисмилляхи Рахмани Рахим», в переводе с арабского «во имя Аллаха Милостивого и Милосердного». Также недопустим варварский способ убийства – забой электротоком и размозжением черепа.

Конфузом может закончиться предложение гостям их национальных блюд, если не выдержаны условия приготовления. Скажем, корейцы не будут есть блюдо из риса, обработанного не так, как это принято у них на родине².

Англичане, французы, американцы второй прием пищи называют ланчем – по времени он совпадает с нашим обедом. В меню ланча нет первых блюд, есть закуски, вторые блюда, сладкие блюда и кофе или чай.

¹ Брусенцов Е. И. Организация службы питания в структуре гостиницы // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2017. Т. 10. № 2. С. 222.

² Шехов Д. М. Обеспечение качества обслуживания на предприятиях общественного питания в гостиничном бизнесе // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Междунар. пятнадцатой науч.-практ. конф. 2017. С. 354.

Специфическая обязанность возлагается на администратора и/или официанта при обслуживании иностранных туристов. Официант должен помочь выбрать блюда из меню с учетом традиций национальной кухни туриста и предложить свои блюда. Многие иностранцы с удовольствием заказывают украинский борщ, русские щи, блины со сметаной или икрой, шашлык и другие национальные блюда. Администратора и / или официанта должен хорошо разговаривать на английском языке и знать речевые модули. Запоминать все замечания гостей и немедленно доводить информацию до руководства¹.

Для облегчения общения в ресторане с иностранными гостями, должно быть отдельное меню на разных иностранных языках. Администратор должен позаботиться о том, чтобы у персонала была необходимая квалификация при обслуживании гостей из других стран. Не малую роль имеет правильное общение на иностранном языке. Забавно наблюдать, когда официант «хрюкает» или «мычит», объясняя гостю какое именно мясо в этом блюде.

Служба питания совместно с отделом маркетинга в соответствии с меню разрабатывает речевые модули для официантов.

Таким образом, на сегодняшний день в гостиничном бизнесе возникает острая потребность в организации и проведении системы управления качеством обслуживания общественного питания, которая позволила бы увеличить эффективность взаимоотношений государственного заказчика с поставщиками услуг, гарантировала стабильно высокий уровень качества услуги в зависимости от ее цены посредством урегулирования экономических интересов сторон, а также контролировала качество услуги на всех стадиях ее предоставления.

Можно сделать вывод, что система обслуживания на предприятиях питания в гостинице основывается на базе организационной системы управления службой питания с условием распределения должностных

¹ *Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм*: материалы 2-й Междунар. науч.-практ. конф. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2014. С. 78.

обязанностей и четком соблюдении сервисных стандартов, учрежденных в гостинице в отношении обслуживающего персонала.

2. СЛУЖБА ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ «TENET» Г. ЕКАТЕРИНБУРГА: ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ

2.1. Организация обслуживания гостей службой питания отеля «TENET» г. Екатеринбург

«Tenet» – новый отель 3* в самом центре Екатеринбурга¹. Его фасад выходит на главную улицу города – проспект Ленина. Отель вписан в ансамбль из памятников архитектуры XIX века: когда-то здесь располагались постройки усадьбы купцов Ижболдиных – передовых предпринимателей своего времени.

«Tenet» – гостиница Екатеринбурга, в фасаде которой гармонично сочетаются элементы старинной архитектуры – как дань памяти усадьбы XIX века – и тенденции архитектуры XXI века. Сохраняется связь времен: традиции гостеприимства, атмосфера тепла и радушия, свойственные усадьбам XIX века, уживаются с комфортом, функциональностью и высоким уровнем сервиса – непреложными истинами нашего настоящего.

В нескольких минутах неспешной прогулки находятся самые главные достопримечательности столицы Урала: Исторический сквер, главная площадь, оперный театр, резиденция губернатора. Недалеко от отеля – несколько деловых и торговых центров. Пешеходная улица Вайнера – уральский Арбат – соединяет главные артерии города – ул. Ленина и ул. Малышева.

Удобная транспортная развязка позволяет быстро добраться в любой район Екатеринбурга. К услугам гостей – трамваи, автобусы, маршрутные такси. В пяти минутах ходьбы – станция метро «Площадь 1905 года».

К услугам гостей 89 комфортных номеров разных категорий: от стандарта до люкса.

В номерах – все, что требуется для комфортного отдыха и продуктивной работы: удобные кровати, функциональные рабочие зоны, LED телевизоры,

¹ Официальный сайт отеля «Tenet» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tenethotel.ru>

кондиционеры и сейфы. Высокоскоростной WiFi и телефон с междугородной и международной связью позволят быть на связи всегда.

Из окон открывается потрясающий вид на Екатеринбург XXI века с его высотками и небоскребами, широкими проспектами и прекрасными парками. Беспокойству нет причины: звуконепроницаемые окна позволяют любоваться красотой в тишине и покое.

Отель предлагает широкий спектр дополнительных услуг:

1. Безлимитный Wi-Fi доступ в интернет (бесплатно).
2. Визовая поддержка.
3. Обслуживание номеров (круглосуточно).
4. Прачечная (с 8:00 до 20:00).
5. Камера хранения (круглосуточно, бесплатно).
6. Услуги портье.
7. Заказ авиа и ж/д билетов.
8. Сувенирный магазин (круглосуточно).
9. Салон красоты (по записи).
10. Массажный кабинет (по записи).
11. Сауна (круглосуточно).
12. Парковка (круглосуточно, бесплатно).

Отель «Tenet» имеет линейно-функциональную структуру управления (рис. 2).



Рис. 2. Линейная структура управления отеля «Tenet»

Основу линейных структур составляет специализация управленческого процесса по функциональным подсистемам организации (фронт-офис, горничные, охрана и т. д.). Результаты работы каждой службы оцениваются показателями, характеризующими выполнение ими своих целей и задач. Соответственно строится и система мотивации и поощрения работников.

Преимущества линейной структуры:

- четкая система взаимных связей функций и подразделений;
- один руководитель сосредотачивает в своих руках руководство всеми процессами, имеющими общую цель удовлетворения потребностей гостя;
- ясно выраженная ответственность;
- быстрая реакция исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящих.

Управляющий отелем «Tenet» представляет интересы владельцев гостиницы. Главные обязанности управляющего гостиницы включают в себя планирование, организацию, координирование всей деятельности, а также подбор персонала, оценку выполнения назначенных целей. Эти обязанности требуют координирования работы всех служб и отделов.

В функции службы приема и размещения входит распределение номеров между гостями, бронирование, регистрация, контроль процессов заезда и выезда гостя, информирование гостей, взимание платы за проживание и дополнительные услуги, ведение необходимой документации, заполнение отчетности, работа с миграционной службой.

В обязанности этой службы входит также ведение, обновление и отслеживание состояния базы данных, отражающих информацию о гостях и состоянии номерного фонда в режиме реального времени. Обслуживание гостей в период проживания сводится к продлению срока проживания, переводу гостя из одного номера в другой (в случае необходимости), взиманию платы за проживание, организации предоставления дополнительных услуг по желанию клиента.

Служба номерного фонда отвечает за обслуживание гостей в номерах; следит за чистотой в номерах и общественных зонах; обрабатывает заявки гостей на сдачу белья в химчистку и следит за сроками выполнения заказа; ухаживает за цветами; следит за наполняемостью мини-бара.

Представим данные о загрузке отеля в 2019 г. на рис. 3.

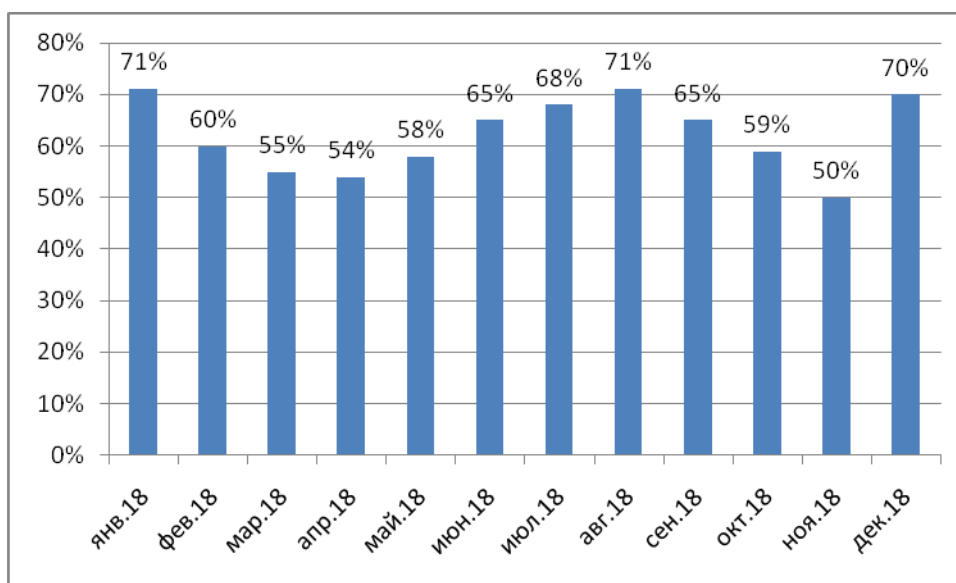


Рис. 3. График загрузки номерного фонда отеля «Tenet» в 2019 г.

Таким образом, средний уровень загрузки за год составляет 62%.

Спад загрузки наблюдается весной, подъем – зимой и летом.

Далее рассмотрим распределение загрузки номерного фонда по дням недели.

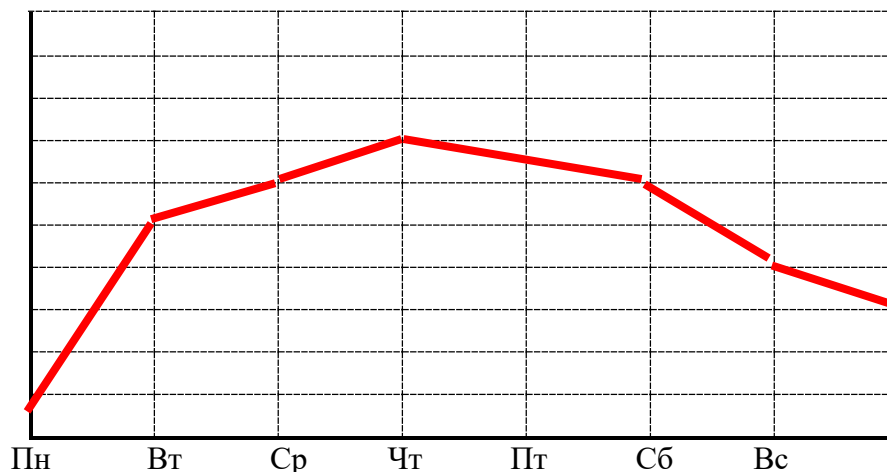


Рис. 4. Распределение загрузки номерного фонда по дням недели

Основная загрузка номерного фонда выпадает на середину недели, а в выходные наблюдается спад активности.

Таким образом, основная загрузка номерного фонда выпадает на середину недели, а в выходные наблюдается спад активности, объясняется заселением в рабочие дни командировочных.

Далее представим структуру гостей отеля «Tenet».

На основании таблицы 1 можно сделать вывод, что большинство гостей отеля – это люди, приезжающие в Екатеринбург с целью деловых поездок и командировок.

Таблица 1

Тип гостей отеля «Tenet», %

Месяц	Бизнес	Пары	Семейные	Друзья	Одиночные
янв.18	85	15	0	0	0
фев.18	80	20	0	0	0
мар.18	77	18	0	5	0
апр.18	79	7	7	7	0

май.18	75	21	5	0	0
июн.18	89	10	0	1	0
июл.18	65	22	12	1	0
авг.18	83	0	17	0	0
сен.18	85	0	12	0	3
окт.18	66	17	5	5	7
ноя.18	76	14	5	5	0
дек.18	71	7	10	7	5

В начале деятельности отеля категориями посетителей были только бизнес – пары. Однако в настоящее время отель посещают бизнес-гости, пары, семьи, друзья и одиночные гости.

В таблице 2 представим данные о номерном фонде отеля «Tenet».

Таблица 2

Характеристика номерного фонда отеля «Tenet»

Категория номера	Количество комнат	Количество проживающих	Площадь номера	Количество номеров данной категории
Стандарт Double	1	1-2	18,5 м2	25
Стандарт TWIN	1	2	18,5 м2	23
Стандарт Premium	1	2	24 м2	22
Junior Suite	2	3-4	30 м2	16
Люкс «Главный Проспект»	2	3-4	30 м2	13

В отеле «Tenet» номерной фонд представлен следующими категориями:

1. Одноместный стандартный.
2. Стандарт.
3. Комфорт.
4. Номера Люкс.

В таблице 3 представим данные об оснащении номера отеля «Tenet».

Оснащение номера отеля «Tenet»

Тип помещения в номере	Оснащение	Количество
Комната	Кровать с матрасником (90x200)	1 на чел.
	Прикроватная тумбочка	2 на чел.
	Комплект белья с подушкой и одеялом и т.д.	1 на чел.
Санузел	Раковина	1 на чел.
	Зеркало овальное	1 на чел.
	Унитаз	1 на чел.
	Душевая кабина	1 на чел.
Прихожая	Шкаф для одежды и	1 на чел.
	Тумбочка для обуви	1 на чел.

В каждом номере гостей отеля ждут:

- односпальная кровать;
- кондиционер;
- спутниковое телевидение;
- телефон с международной и междугордной связью;
- Wi-Fi доступ в Интернет;
- зона для работы;
- ванная комната с классической ванной/душевой кабиной.

Для гостей доступны: косметический набор для ванны и душа, комплект полотенец, халат, тапочки, фен и телефон в ванной комнате.

Дверь в каждый номер оборудована электронным замком.

Процесс управления рестораном в отеле – это совокупность взаимодействий, которые направлены на обеспечение оптимального соотношения рабочей силы, материальных и финансовых ресурсов.

На территории отеля «Tenet» работает ресторан «Tenet».

Ресторан «Tenet» отличается от классических ресторанов, расположенных в отелях, – он уютный, с продуманным дизайнерским интерьером.

В ресторане представлены кухни: русская, итальянская, американская, паназиатская.

Зал вместимостью до 20 человек предполагается для проведения небольших уютных праздников. Банкетный холл вместимостью 100 человек предполагается для свадеб и корпоративных мероприятий.

На рисунке 5 приводится организационная структура управления рестораном в «Tenet».

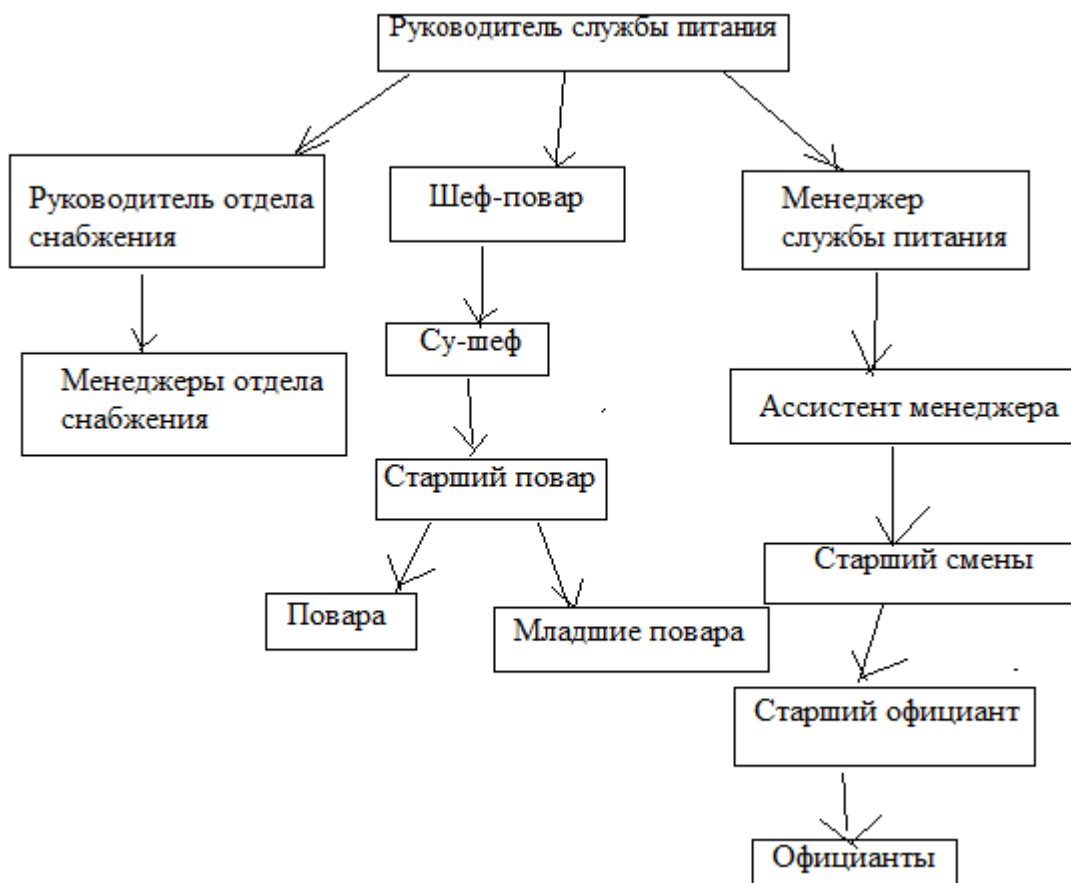


Рис. 5. Организационная структура службы питания

Структура управления ресторанами в отеле – линейно-функциональная. Линейно-функциональная структура управления предприятиями общественного питания представляет собой более эффективную схему управления ими, поскольку обеспечивается более оперативная связь и реагирование сотрудников на приказы и замечания, как заказчиков, так и потребителей.

Процесс управления ресторанами в отеле – это совокупность взаимодействий, которые направлены на обеспечение оптимального

соотношения рабочей силы, материальных и финансовых ресурсов. К основным функциям управления относят:

- 1) технологическую и техническую подготовку производства к обслуживанию;
- 2) техническое и экономическое планирование;
- 3) учетную деятельность;
- 4) продовольственное снабжение;
- 5) аналитику производственно-финансовой деятельности предприятия.

Возрастная структура персонала представлена на рисунке 6.

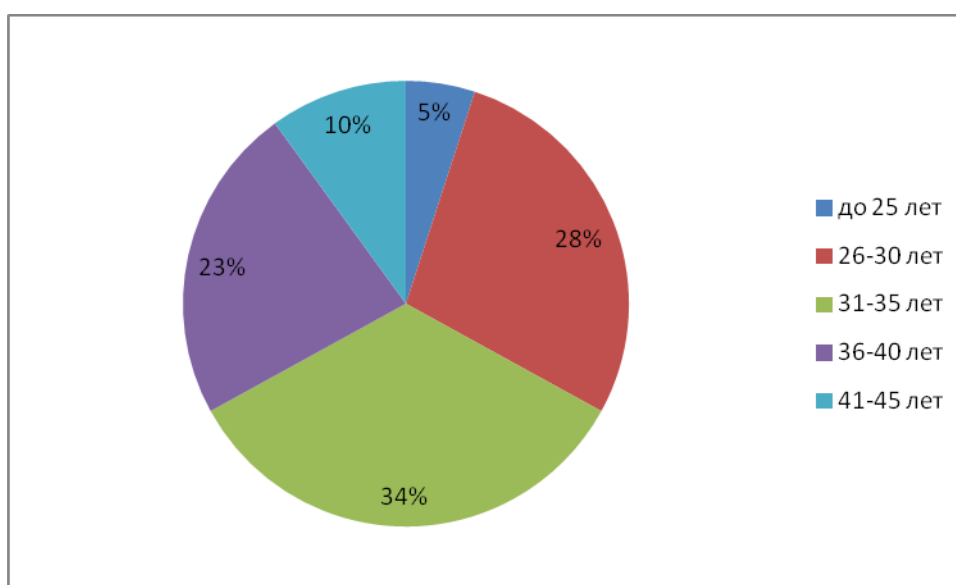


Рис. 6. Структура персонала службы питания по возрасту в 2019 г.

Диаграмма показывает, что наибольшее число людей в службе питания (34%) работает в возрастной категории 31-35 лет. Долю 28% заняли работники в возрастной категории 26-30 лет, долю 23% заняли работники в возрастной категории 36-40 лет.

Доведенная до автоматизма система обслуживания клиентов, в которой трудится равнодушный и внимательный персонал – это большое конкурентное преимущество, которое позволяет сконцентрироваться на качестве обслуживания и является дополнением для решения проблемы сбыта.

Для облегчения труда обслуживающего персонала в ресторанах отеля

разработана четкая процедура обслуживания посетителей (стандарт обслуживания). Использование данной процедуры позволяет оптимизировать обслуживание и свести к минимуму ситуации неопределенности, которые могут возникнуть в зале.

В настоящий момент служба питания предлагает гостям различные формы обслуживания: банкеты, фуршеты, коктейльные вечера, дискотеки и т.д. (рис. 7). Тем не менее, задача повышения качества услуг питания остается актуальной.

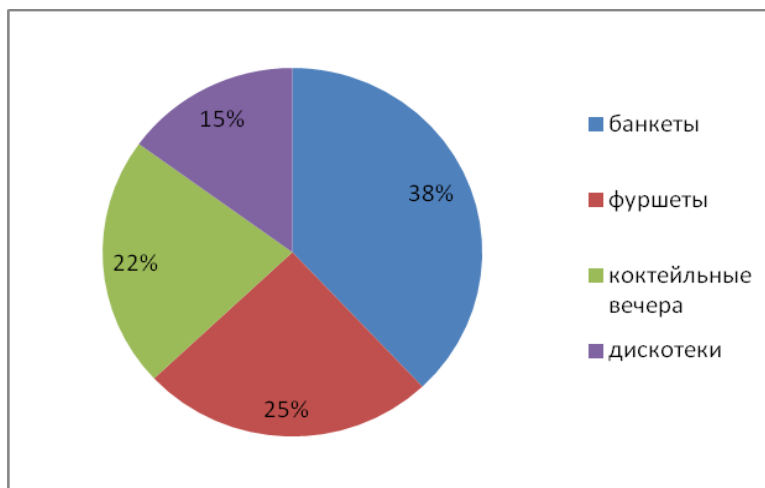


Рис. 7. Структура обслуживания гостей в службе питания

В службе питания «Tenet» проводятся следующие виды банкетов:

1. Банкет с полным обслуживанием официантами проводится за сервированным столом и полностью обслуживается официантами ресторана отеля.

Официанты осуществляют подачу блюд и напитков гостям, производят смену использованной посуды и приборов. От работы официантов зависит успех всего мероприятия.

Банкет такого вида в ресторане обычно организуют во время официальных мероприятий и при проведении крупных торжеств: встреча общественных деятелей или делегаций, презентации, международные выставки и конференции, так как на подобных мероприятиях возникает необходимость соблюдения множества формальностей и ритуалов.

Для таких мероприятий организаторами службы питания «Tenet»

разрабатывается особенное направление банкета с учетом всех нюансов, а именно: повода проведения банкета, состава и количества гостей, их национальной принадлежности, пола, гостей.

Составляется индивидуальное меню, в котором учитываются вкусовые предпочтения посетителей банкета, и применяют оригинальное оформление блюд. Главное условие обслуживания такого торжества в ресторане «Tenet» – это быстрота в подаче напитков, блюд и смене приборов.

Большое значение на банкетах с полным обслуживанием в ресторане отеля уделяют и размещению гостей, а также очередности их обслуживания.

2. Банкет за столом с частичным обслуживанием официантами – официанты осуществляют только подачу горячих блюд и при необходимости производят смену использованной посуды и приборов, а холодные блюда, закуски и напитки выставляют на стол при сервировке.

Этот банкет носит неофициальный характер и проводится в ресторане «Tenet» в честь какого-либо события, например, знаменательная дата, дружеская встреча, свадьба, юбилей. Как правило, гости на таком банкете размещаются произвольно.

3. Фуршет – это банкет, где гости едят и пьют стоя.

Основным инструментом, используемым во время употребления пищи на этом банкете является вилка, что вполне оправдано, так как слово – фуршет происходит от французского слова «а ля фуршет», что переводится как «на вилку».

Каждый участник вовремя банкета в ресторане «Tenet» имеет возможность подойти для беседы к любому гостю, выбрать любое место в зале, самостоятельно взять понравившиеся ему закуски, напитки, выставленные на специальных фуршетных столах. Его организуют как для официальных, так и для не официальных мероприятий.

Также этот вид банкета в ресторане «Tenet» используют, когда в очень небольшой промежуток времени и на маленькой площади нужно обслужить огромное количество гостей. Преимущество приема, организуемого по типу

фуршет, заключается в том, что он дает возможность на той же площади банкетного зала обслужить значительно большее количество приглашенных гостей, чем при организации банкета за столом.

Подготовка к проведению банкетов в ресторане «Tenet» начинается задолго до их начала. С самого утра организаторы готовят зал, в котором будет проходить банкет, расставляют мебель в заранее определенном порядке, согласно с видом банкета и правилам рассадки, сервируют столы.

При подготовке банкета с полным обслуживанием составляется план рассадки гостей, чего не делается при частичном обслуживании. Составляется этот план обычно организатором. Но также может составляться совместно с заказчиком. План рассадки гостей целесообразно составлять и по той причине, что часто на банкете могут присутствовать люди, которым стоит познакомиться друг с другом или, наоборот, лучше лишний раз не встречаться.

В настоящее время большей популярностью в ресторане «Tenet» пользуются две основные схемы рассадки гостей.

Первая – европейского типа, когда в зале расставлено несколько столов разной формы (в большинстве ресторанов и банкетных залов используются прямоугольные и круглые столы). При такой форме рассадке оптимальное количество гостей за столом, не более восьми.

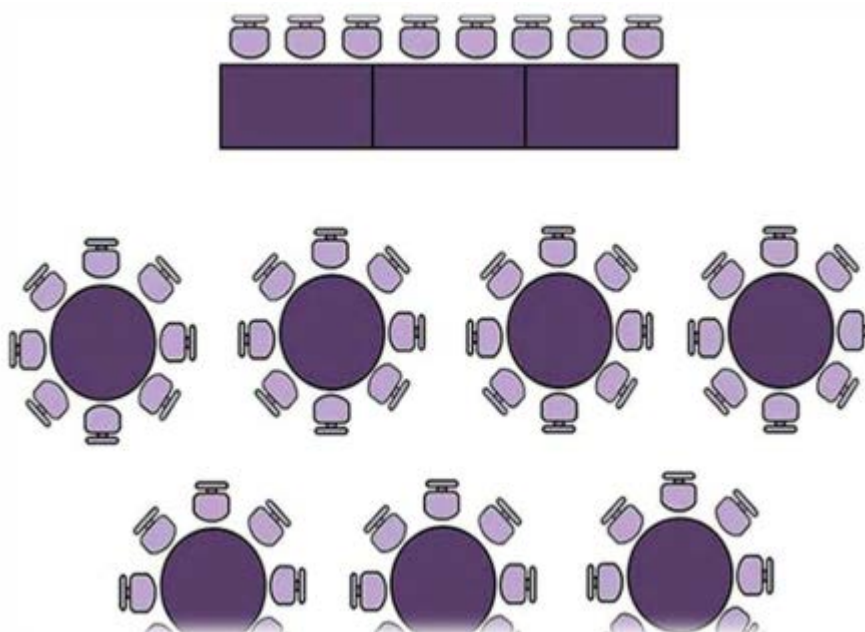


Рис. 8. Европейский вид рассадки гостей в ресторане «Tenet»

Второй вид рассадки гостей в ресторане «Tenet» (классический тип) за общим столом представлен на рис. 9.

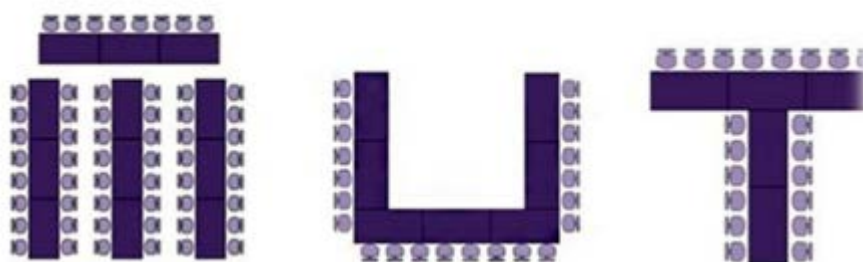


Рис. 9. Классический вид рассадки в ресторане «Tenet»

Стол может быть разной формы, как правило, Т\П\Ш-образной. Такая рассадка не очень удобна для официантов на банкете. Им при такой рассадке гостей сложнее пробираться к столу и выполнять свою работу.

Для того чтобы рассадить гостей в соответствии с планом, у входа в банкетный зал в ресторанах отеля гостей встречает и направляет старший официант, а на столы расставляют специальные записки, в которых указаны фамилии и инициалы гостей. При сервировке за час до начала мероприятия, на столы выставляют только холодные записки и напитки. После начала банкета официанты разносят горячее и десерты в заранее определенном порядке. Смена блюд может происходить по-разному, либо горячее ставится в центре стола и гости самостоятельно накладывают его, либо официанты на банкете обносят всех гостей, предлагая попробовать.

На одного официанта во время обслуживания банкета в ресторане «Tenet» приходится четыре человека.

При организации банкетов с частичным обслуживанием официантами в ресторане руководствуются такими же принципами, что и для организации банкета с полным обслуживанием официантами. Используются одинаковые типы рассадки гостей и сервировки столов. Но этот вид банкета имеет и свои особенности. Так как он носит не официальный характер, то не требуется составления строгого плана рассадки гостей (гости за столом могут

размещаться произвольно). На банкете с частичным обслуживанием обслуживание производится частично самими участниками, частично официантами. Холодные блюда и напитки гости берут сами, а супы, горячее, десерт подают официанты.

При организации фуршета в ресторане «Tenet» расстояние между стеной и столом предусматривают не меньше чем 1,5 м. для удобства передвижения гостей. Столы не загораживают вход в зал.

Сервировка фуршетных столов в ресторане «Tenet» имеет свои особенности. Расстановка фужеров, рюмок, стопок для соков – двусторонняя. При расстановке посуды в два ряда из фужеров на концах стола составляют треугольники по 10-15-21 шт., причем от нижней стороны треугольника до края стола – не меньше 15-25 см. Рюмки расставляют между треугольниками из фужеров в два ряда на расстоянии 20-25 см между ними.

На стол ставят между рюмками вазы с фруктами и цветами. На фуршетах в ресторане «Tenet» основными блюдами являются холодные закуски, хотя, если праздник продолжается довольно длительное время, то подаются и горячие блюда. Закуски подаются порционно и маленьких размеров. Это различные мини-рулеты, канапе, бутерброды, салаты, овощи, шашлычки и другие блюда.

В ресторане «Tenet» в отеле «Tenet» наиболее популярными являются банкеты на 20-40 человек, банкеты на 100 и более человек проводятся реже. Ежемесячное среднее число банкетов составляет 10 банкетов. В феврале 2019 г. количество банкетов, проведенных в ресторане, достигло 7. Банкеты с численностью гостей от 20 до 60 человек проводились для организации семейных торжеств, банкеты с численностью 150 человек организовывали при проведении свадьбы.

Распределение количества банкетов в зависимости от их численности по данным за февраль 2019 г. в ресторане «Tenet»

Показатель	Банкет 1 типа	Банкет 2 типа	Банкет 3 типа
Кол-во человек	20	20	20
Кол-во банкетов	3	3	1
Сумма банкета, руб.	132 000	396 000	330 000

В настоящее время предоставление услуг кейтеринга, будь то организация банкета или корпоративное обслуживание клиентов, практически ничем не уступает стационарному формату мероприятия.

2.2. Анализ удовлетворенности гостей службой питания «TENET» г. Екатеринбурга

Для улучшения деятельности отеля был проведен анализ удовлетворенности гостей организацией питания в отеле «Tenet».

Количество посещений гостями ресторана в течение недели неодинаковое. Большую часть выручки рестораны зарабатывают в субботу (22%). Также этот день является пиковым в разрезе количества чеков и количества гостей, посещающих рестораны (20% и 21% соответственно). В то же время можно заметить, что пятница – достаточно «провальный» день, по сравнению с субботой. При этом в воскресенье показатели достаточно высоки.

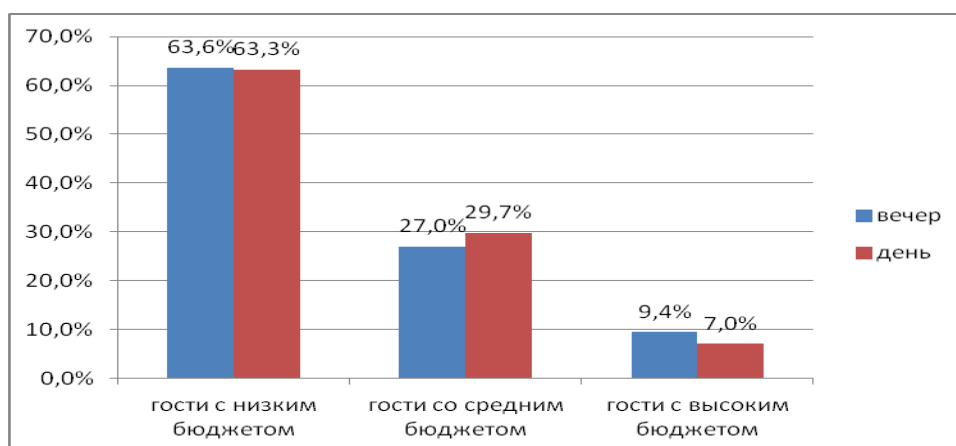


Рис. 10. Посещение гостей с разным бюджетом в ресторане «Tenet» в понедельник-четверг, в дневное и вечернее время в 2019 г.

На рисунке 10 показаны посещения гостей в дневное и вечернее время в промежуток с понедельника по четверг.

Категория гостей с низким бюджетом – гости, заказавшие до 2-х блюд, гости со средним бюджетом – гости, заказавшие от 3-х до 4-х блюд, гостей с высоким бюджетом – гости, заказавшие более 4-х блюд. Обычно, к вечеру наблюдается тенденция к существенному увеличению гостей со средним и высоким бюджетом. В данном случае мы наблюдаем небольшое увеличение гостей с низким бюджетом на 0,32% (с 63,30% до 63,62%) и увеличение гостей с низким бюджетом на 2,39% (с 7,01% до 9,40%). Количество гостей со средним бюджетом, наоборот, к вечеру уменьшается на 2,71% (с 29,69% до 26,98%).

В утреннее и обеденное время (с 10.00 до 16.00) на первых местах по продажам бара: кофе (25,00%), чай 500 (15,00%), коктейли (10,00%). Доля выручки бара в этот период составляет 27,55%. Наиболее популярные позиции (группа А по количеству): «Капучино», «Американо», «Сенча 350».

В вечернее время (с 16.00 до закрытия) на первых местах по продажам напитки бара: коктейли (25,00%), кофе (20,00%), пиво разливное (5,00%). Наиболее популярные позиции (группа А по количеству): «Капучино», «Морс 200 мл», «Пиво».

Изучая меню, видно, что в будние дни (с 10 часов до закрытия) наибольшей популярностью пользуются (группа А по количеству) в основном блюда европейской кухни и несколько десертов: «Соте из говядины», «Лазанья», «Жареная форель», «Цезарь», «Паста Карбонара».

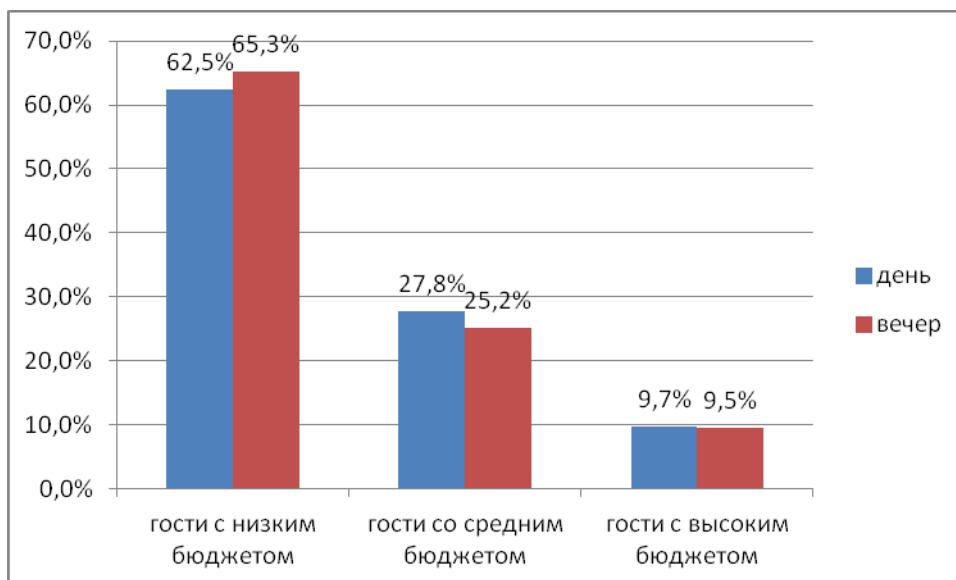


Рис. 11. Посещение гостей с разным бюджетом в ресторане «Tenet» в пятницу-воскресенье, в дневное и вечернее время в 2019 г.

На рисунке 11 показаны посещения гостей в дневное и вечернее время в промежуток с пятницы по воскресенье. Если ранее к вечеру мы наблюдали увеличение гостей с низким и высоким бюджетом, то сейчас мы наблюдаем увеличение только гостей с низким бюджетом. К вечеру же, наоборот, должны увеличиваться гости со средним и высоким бюджетом, особенно, в выходные дни. В данном случае мы видим: увеличение гостей с низким бюджетом на 2,83% (с 62,51% до 65,34%), уменьшение гостей со средним бюджетом на 2,56% (с 27,76% до 25,20%), уменьшение гостей с высоким бюджетом на 0,27% (с 9,73% до 9,46%). Это связано с увеличением посещения ресторана семьями.

В утреннее и обеденное время (с 10.00 до 16.00) на первых местах по продажам напитки бара: кофе (22,18%), коктейли (19,61%), чай 500 (12,11%). Наиболее популярные позиции (группа А по количеству): «Капучино», «Морс 200 мл», «Американо».

В вечернее время (с 16 часов до закрытия) на первых местах по продажам напитки бара: коктейли (23,16%), кофе (17,93%), пиво разливное (14,26%), чай 500 (10,00%). Доля выручки бара в этот период составляет 27,38%. Наиболее популярные позиции (группа А по количеству): «капучино», «морс 200 мл», «пиво». Наибольшей популярностью пользуются (группа А по количеству) в

основном блюда европейской кухни и несколько десертов: «Соте из говядины», «Лазанья», «Цезарь», «Жареная форель», «Паста Карбонара», «Чизкейк».

Далее с целью анализа удовлетворенности гостей службой питания в мае 2019 г. было проведено исследование методом опроса. В опросе приняло участие 50 человек.

Один из возможных подходов к оценке уровня культуры сервиса состоит в следующем. Оценивается каждый аспект культуры сервиса (этический, эстетический, организационно-технологический) по пятибальной шкале.

Качество услуг в ресторане «Tenet» рассматривается в контексте обслуживания гостей (таблица 5).

Таблица 5

Оценка качественного аспекта при обслуживании клиентов ресторана «Tenet»

Оцениваемый аспект качества обслуживания клиентов ресторана	Оценка от 0 до 1, балл
Отношение к клиенту со стороны персонала	0,9
Время обслуживания	0,9
Претензии и возражения со стороны клиента	0,8
Доступность информации о ресторане в интернете	0,5
Применение прогрессивных форм обслуживания	0,7
Доволен ли клиент	0,7
Итого	4,5

Коэффициент качества обслуживания клиентов ресторана «Tenet» составляет 4,5. Следует выделить, что наименьшую оценку получил показатель «доступность информации о ресторане в интернете». Таким образом, большинство клиентов были недовольны отсутствием информации о ресторане в интернете.

Моральная ответственность работников значительно возрастает, если их работа связана с людьми. При этом от их труда во многом зависит самочувствие, настроение и здоровье общающихся с ними людей. От работников ресторана «Tenet» требуется не только высокая квалификация, но и глубокое осознание своего морального долга перед людьми.

Оценка этического аспекта при обслуживании клиентов ресторана «Tenet»

Оцениваемый аспект	Оценка от 0 до 1, балл
Клиент чувствует, что ему рады	0,9
Внимательность менеджера	1
Терпеливость менеджера	0,9
Претензии и возражения со стороны	0,9
Доволен ли клиент	0,9
Итого:	4,6

Этический аспект оценен в 4,6 балла, что говорит о хорошем обслуживании клиентов.

Можно отметить, что только 24% респондентов полностью остались довольны обслуживанием в ресторане «Tenet»

С целью совершенствования услуг в ресторане можно предложить ряд рекомендаций.

Первая рекомендация: внедрение новой услуги – открытой кухни в ресторане.

Открытая кухня в ресторане «Tenet» – это место, которое позволит шеф-повару продемонстрировать свои кулинарные способности посетителям ресторана. Большое преимущество открытой кухни в том, что посетители видят всё своими глазами. У гостей будет просыпаться доверие к ресторану. Ожидание подачи блюда уже не будет казаться долгим, а превратится в увлекательное шоу. Кухня будет открыта частично, т.к. некоторые виды кухонного оборудования следует устанавливать лишь в закрытых помещениях (например, посудомоечные машины, столы для разделывания сырого мяса и т.д.).

Вторая рекомендация: введение сенсорного меню.

Прием заказов с помощью беспроводных электронных устройств будет являться очень эффективным средством повышения лояльности гостей ресторана и развития его услуг.

При помощи такого оборудования каждый посетитель может

ознакомиться с перечнем блюд, их фотографиями, подробным описанием (калорийностью, полезностью и так далее), небольшими роликами и комментариями от шеф-повара.

Третья рекомендация: разработка Green Menu

Концепция Green Menu приобретает всё большую популярность. Green Menu заказывают на презентации косметических товаров, фитнес-центры. Поэтому приобретаемое новое оборудование позволит расширить спектр услуг, разнообразить предлагаемое меню, и тем самым более полно удовлетворить вкусы и предпочтения большего числа гостей ресторана «Tenet».

Далее проведем анализ конфликтов посетителей ресторана и его сотрудников.

Конфликтные ситуации в ресторане «Tenet» бывают двух типов: конструктивные и деструктивные (рисунок 12).

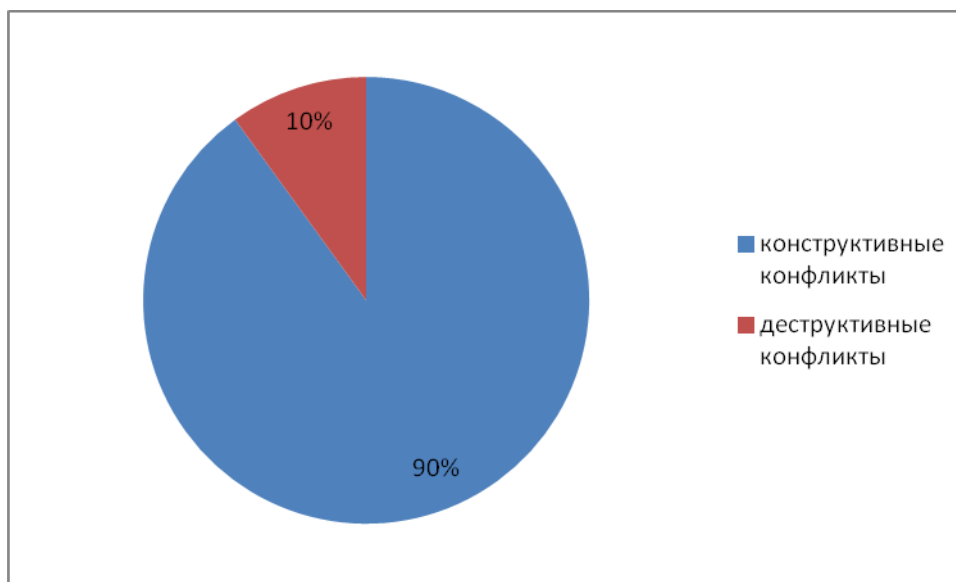


Рис. 12. Распределение конфликтных ситуаций в ресторане «Tenet»

Так, можно отметить, что подавляющее большинство конфликтных ситуаций являются конструктивными (90%).

Конструктивные конфликты возникают, когда есть конкретные претензии: продали невкусное блюдо или затянули сроки с его выдачей. С целью решения данного конфликта сотрудники ресторана «Tenet» устраняют причину недовольства и предоставляют клиенту бонус, например, скидку при

следующем визите или десерт в подарок.

С деструктивными конфликтами в ресторане «Tenet» сложнее: клиент переполнен эмоциями, хамит, уже не помнит суть претензий, а возможно, у него просто плохое настроение. В этом случае сотрудники задают наводящие вопросы, чтобы узнать причины раздражения.

Доля клиентов, у которых возникали конфликты с официантами ресторана, составляет 32%.

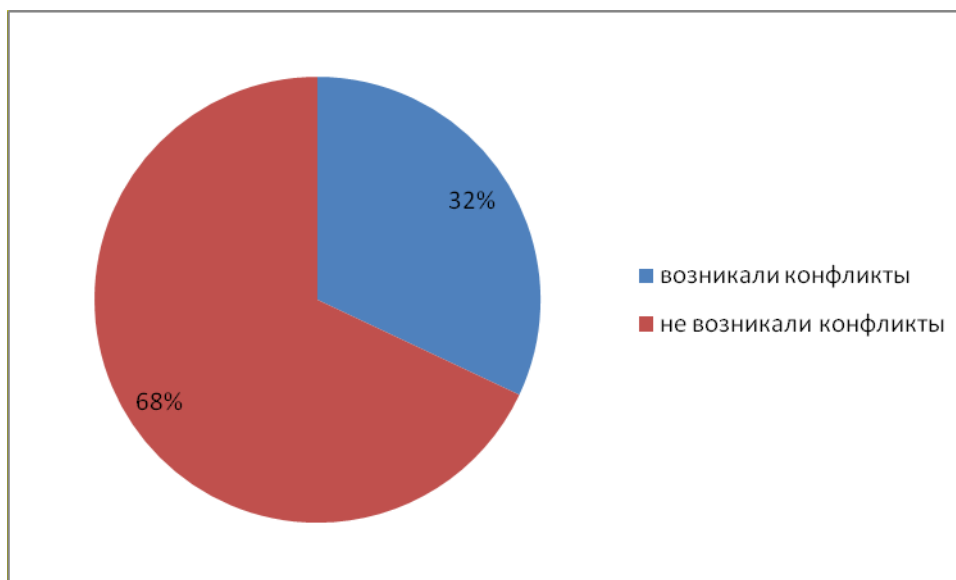


Рис. 13. Доля клиентов, у которых возникали конфликты с официантами ресторана

Особенности конфликта официанта с посетителем ресторана «Tenet» определяются, прежде всего, тем, что он протекает в рамках мобильного общения. Поэтому этот конфликт может вспыхнуть внезапно и продолжаться всего несколько минут. Его динамика скоротечна.

Сердцевину конфликта составляет столкновение интересов, позиций, требований участников общения в ресторане «Tenet». Они выдвигают взаимные упреки и обвинения, решительно отвергают доводы друг друга, сознательно идут на обострение ситуации. Нарушается нормальное течение диалога. Собеседники превращаются в неуступчивых оппонентов.

Причины конфликтов в ресторане «Tenet» можно условно разделить на две группы: объективные причины и субъективно-личностные.

Устранение объективных причин от официанта непосредственно не

зависит. Это те объективные внешние факторы, которые могут вызвать недовольство и возмущение посетителей ресторана «Tenet», а персонал поставить в затруднительное положение.

К субъективно-личностным причинам следует отнести некоторые особенности поведения и посетителя ресторана «Tenet», и официанта:

- агрессивность, раздражительность и усталость людей;
- их плохое самочувствие;
- пренебрежительное отношение к собеседнику;
- грубость и бестактность в общении;
- невнимательность друг к другу.

Устранение этих причин зависит от волевых усилий и официанта, и посетителя, от их общей культуры и способности к самоконтролю. Конфликт официанта с посетителем носит обычно ситуативный характер, не имея какой-либо предыстории. Эти люди впервые вступили в контакт и не имеют по отношению друг к другу накопившихся обид.

Конфликт в общении официанта и посетителя ресторана, как правило, возникает из-за малозаметного эпизода – небольшой ошибки или неточности в действиях работника, например:

- официант ничего не ответил на вопрос посетителя;
- посетителя обидела (оскорбила) реплика официанта;
- посетителю не понравился тон официанта, его насмешливый взгляд, ироничная улыбка;
- посетителю показалось, что официант обслуживает его с подчеркнутой медлительностью;
- официанту показалась оскорбительной манера обращения к нему посетителя;

Неблагоприятное совпадение объективных и субъективно-личностных причин создает удобную почву для возникновения конфликта в ресторане «Tenet». Если конфликт не удалось предотвратить, официанту надо умело и

быстро преодолеть его. Все зависит от тактики поведения официанта в конфликтной ситуации. Она может быть различной.

Далее проведем оценку разрешения конфликтов и споров, по мнению клиентов.

Таблица 7

Оценка этического аспекта при разрешении конфликтов и споров с клиентами ресторана «Tenet»

Оцениваемый аспект	Оценка от 0 до 1, балл
Клиент доволен разрешением конфликта	0,6
Быстрое и оперативное разрешение	0,6
Спокойствие и терпеливость менеджера	0,8
Претензии и возражения со стороны клиента	0,7
Доволен ли клиент разрешением конфликта	0,6
Итого:	3,3

Можно отметить, что только 30% опрошенных гостей полностью удовлетворены при разрешении конфликтов и споров в ресторане «Tenet». Специалисты ресторана «Tenet» не владеют техникой и методикой урегулирования споров в полной мере.

Таким образом, анализ сложившейся ситуации в ресторане «Tenet» показал, что со стороны потребителей заведения отмечены некоторые недостатки в качестве обслуживания и культуре обслуживания гостей.

3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ТЕМЕ «ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПИТАНИЯ В ОТЕЛЕ»

3.1. Конспект учебного материала к занятию «Повышение качества обслуживания в отеле»

По результатам второй главы был сделан вывод, что со стороны гостей ресторана «Tenet» отмечены некоторые недостатки в качестве обслуживания и культуре обслуживания гостей в сфере разрешении конфликтов и споров. Необходимо разработать методическую разработку по теме «Повышение качества услуг питания в отеле», связанную с разрешением конфликтов и споров.

Лекция – это метод обучения и воспитания, последовательное монологическое изложение системы идей в определенной области¹.

Цель лекции: рассмотреть способы урегулирования споров с посетителями ресторана.

План лекции:

1. Понятие и сущность конфликтов.
2. Главные причины конфликтов, возникающих в процессе взаимодействия с клиентами.
3. Основные группы факторов, влияющие на развитие конфликтной ситуации.
4. Анализ факторов среды и определение истинной сути (причины) конфликта.
5. Виды конфликтных личностей и основные правила взаимодействия с ними в процессе обслуживания.
6. Специфика контакта при возникновении конфликтной ситуации с клиентом.

¹ Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие. М.: Дашков и Ко, 2018. С. 12.

7. Стратегии поведения в конфликтной ситуации» – тестирование участников обучения.

8. Выход из конфликтных ситуаций с клиентом.

Актуальность разработки лекции.

Тема разрешения конфликтов становится с каждым днем все актуальнее, так как одним из основных условий повышения качества обслуживания потребителей является умение выхода из конфликтной ситуации или ее предотвращение. К сожалению, в настоящее время в различных средствах размещения руководителям многих уровней не хватает знаний о конфликтах и методах их разрешения¹. В условиях роста конкуренции на рынке гостиничных услуг неотвратимо растет роль качества предоставляемых услуг.

Для улучшения качества предоставляемых услуг в ресторане гостиницы необходима разработка правил поведения по предотвращению и разрешению создавшихся конфликтных ситуаций. Данные ситуации необходимо решать для того, чтобы гостиница была конкурентоспособна на рынке гостиничных услуг.

1. Понятие и сущность конфликтов.

Впервые научный подход к восприятию конфликтов появился во второй четверти XIX века, с того времени конфликты выдвинулись в ряд предметов для специального изучения. Формирование «конфликтологии» как особой области изучения происходило вместе с развитием истории, права, этики, социологии, психологии и других социальных наук².

Конфликт – это ситуация, в которой каждая из сторон стремится занять позицию, противоположную по отношению к интересам другой стороны. Конфликт – это особое взаимодействие групп, объединений, личностей, которое возникает при их различных взглядах, позициях и интересах.

¹ Шехов Д. М. Обеспечение качества обслуживания на предприятиях общественного питания в гостиничном бизнесе // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Междунар. пятнадцатой науч.-практ. конф. 2017. С. 350.

² Лукьянчук И. Н. Проблемы общественного питания в России и перспективы его развития // Траектории развития: материалы Первой междунар. науч. конф. 2018. С. 304.

Конфликты бывают разных типов, видов, уровней, интересов, включают разное количество участников.

Чаще всего конфликты бывают искусственно раздутыми, надуманными, созданными для прикрытия профессиональной некомпетентности, что вредит в любой сфере деятельности. Конфликт – это часть процесса взаимодействия между индивидами. Все люди разные и по-своему воспринимают различные ситуации. Причиной конфликтов может стать непонимание руководителя с подчиненным звеном или психологическая несовместимость людей. Конфликтные ситуации происходят не только на переговорах, но и во время любых деловых и личных контактах. Это сводится к тому, что мы попросту не соглашаемся друг с другом.

Большинство конфликтных ситуаций будет негативно сказываться на деятельности ресторана и гостиницы в целом, но иногда они бывают во благо: стимулирование более эффективного и конструктивного решения проблем, выявление альтернативных решений, зарождение новых идей и предложений. Некоторые конфликты являются неотъемлемой частью любого социума, так как служат толчком для развития.

2. Главные причины конфликтов, возникающих в процессе взаимодействия с клиентами.

Причин для возникновения конфликта с клиентом несколько – ограниченность ресурсов, различия в целях и представлениях о путях их достижения между покупателем и официантом, особенности в манере поведения отдельных участников потенциального конфликта. В любом случае причина конфликта будет иметь тесную связь с индивидуально-психологическими особенностями его участников¹.

Масса причин и поводов, способствующих конфликту, их скрытая взаимосвязь, определяет форму внешнего проявления и потенциальную силу конфликта.

¹ Катеринич О. А. Анализ и перспектива развития услуг общественного питания // Аллея науки. 2018. Т. 1. № 5 (21). С. 262.

Для того чтобы сохранить клиента для ресторана сотрудник должен знать возможные причины возникновения конфликта. Знание возможных первопричин возникновения конфликтов позволяет на ранних этапах переговоров, либо обслуживания посетителя, исключать саму почву для появления конфликтной ситуации.

3. Основные группы факторов, влияющие на развитие конфликтной ситуации.

Помимо первопричины возникновения конфликта, на его интенсивность и, как следствие, нанесённый ущерб влияют, отдельные факторы, присутствующие в, так называемой, среде конфликта. Для удобства участников обучения данные факторы объединяются в четыре группы.

Особо следует отметить тот момент, что поведение самого официанта может стать одним из факторов, определяющих развитие предконфликтной ситуации непосредственно в конфликт. Поэтому знание перечня данных факторов сотрудниками организации, несомненно, определяет возможность конструктивного влияния на конфликтную ситуацию.

4. Анализ факторов среды и определение истинной сути (причины) конфликта.

Практика анализа факторов конфликта – один из главных навыков, который формируется в процессе обучения¹. Благодаря этому навыку сотрудники ресторана могут перевести самый эмоциональный конфликт с клиентом в конструктивное русло. Перевод конфликта в конструктивное русло приводит к его затуханию, а в значительном количестве случаев умение использовать факторы конфликтной среды в свою пользу, позволяет извлечь из конфликта позитивный результат для продолжения дальнейшего взаимодействия с клиентом.

5. Виды конфликтных личностей и основные правила взаимодействия с ними в процессе обслуживания.

¹ Карачанская А. П. Стратегический анализ системы управления персоналом в ресторане гостиницы // Молодой ученый. 2016. № 30 (134). С. 211.

Очень часто в схожих ситуациях клиенты ведут себя совершенно по-разному. Это несоответствие обусловлено психологическими особенностями отдельных групп людей. Менеджер ресторана, решая конфликтную ситуацию, должен обязательно знать и учитывать индивидуальные особенности клиента. Индивидуальные социально-психологические особенности клиентов являются одним из важнейших факторов конфликтного поля (среды).

Для определения принадлежности к той или иной группе клиентов ресторана участники занятия, под руководством преподавателя, проводят анализ учебных кейсов.

В кейсах содержится описание (в прямой речи) возможных формулировок проблемы, высказываемых конфликтным Клиентом. Участники обучения по содержанию сказанных слов учатся распознавать корневую причину возникновения конфликта и определять оптимальный путь выхода из него.

6. Специфика контакта при возникновении конфликтной ситуации с клиентом.

Очень часто, при обучении персонала работе в ситуации конфликта с клиентом, применяют понятие «разрешение» конфликта. Следует отметить, что полное разрешение конфликта обозначает процесс устранения самой основы конфликта, его причин и предмета. Устранить корневую причину возникновения конфликта, а тем более изменить подходы конфликтного клиента к ситуации весьма сложно. Даже для профессионального психолога.

Особенно, учитывая факт ограниченности по времени контакта с Клиентом непосредственно в точке продажи либо в ходе общения по телефону. В первую очередь, особенность контакта при возникновении конфликта, заключается в переводе общения с клиентом в русло нужных для менеджера «правил игры».

Иначе говоря, той схемы взаимодействия, когда выделяются только некоторые фундаментальные элементы конфликта. Которые впоследствии легче всего устранить с использованием механизмов социального управления.

Этот метод называется регулированием конфликта, именно он наиболее эффективен при возникновении межличностных конфликтов в процессе обслуживания клиентов. В том числе, данный метод эффективен с позиций рационального использования ресурсов на обучение персонала, а так же разработку внутренних документов организации (стандартов поведения торгового персонала при возникновении конфликта с клиентом).

7. Стратегии поведения в конфликтной ситуации» – тестирование участников обучения.

Тестирование проводится с целью определения присущей отдельным участникам обучения, индивидуальной, сложившейся на практике стратегии поведения в конфликтной ситуации. Определение индивидуальной стратегии поведения в конфликте, в перспективе, позволяет исключить негативные стороны её влияния на развитие конфликтной ситуации с клиентом.

8. Выход из конфликтных ситуаций с клиентом.

Конфликты с давних времен привлекали к себе внимание человека. Упоминания о конфликтах встречаются во многих дошедших до нас памятниках литературного искусства: «Яблоко раздора», «Суд Париса» и т.д. Конфуций еще в VI веке до н.э. в своих сказаниях утверждал, что злобу и заносчивость, а с ними и конфликты порождают, в первую очередь, неравенство и несхожесть людей. Он наставлял, что нужно улучшать нравы, устранять пороки, избегать ссор, достигать того, чтобы «тяжбы не велись»¹.

Авторы, принадлежащие к школе «человеческих отношений», были склонны считать, что конфликта стоит и нужно избегать.

Фундамент «конфликтологии» закладывался основателями социологии, такими как Огюст Конт, Герберт Спенсер, Карл Маркс. Идеи классиков, заложивших основы «конфликтологии», были восприняты и развиты следующими поколениями представителей наук об обществе: Эмиль Дюркгейм – один из основоположников французской социологической школы – ставил

¹ Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие. М.: Дашков и Ко, 2018. С. 54.

знак равенства между общественным состоянием и социальной солидарностью. Он считал, что люди объединяются в общества не ради индивидуальной и групповой вражды, а вследствие взаимной потребности друг в друге.

Разрешение конфликта состоит в устранении проблемы, создавшей конфликтную ситуацию, и восстановлении баланса между сторонами спора. Методы разрешения конфликтов – мероприятия, направленные на устранение противоборства сторон и поиск решения проблем.

Существует четыре принципиальных способа в ресторане гостиницы, с помощью которых конфликтующие стороны могут решить свои противоречия и выйти из состояния конфликта:

- силовой (одностороннее доминирование);
- компромисс;
- интегральная модель;
- разъединение сторон¹.

Возможна и определенная комбинация названных четырех способов (симбиозная модель).

Разрешение конфликтов с гостями является одной из нелегких задач, с которыми сталкиваются сотрудники в сфере гостиничных услуг. В случае неправильного реагирования жалоба в отеле может перерасти в плохой отзыв. Отрицательные отзывы могут произвести негативные впечатления на потенциальных гостей и отрицательно сказаться на репутации и доходах вашего средства размещения.

Конфликт лучше не устранять, а предупреждать. Согласно правилу Парето, 20% гостей создают 80% проблем². В ресторане гостиницы некоторые конфликты не только возможны, но и уместны, хотя конфликт не всегда имеет

¹ Довженко В. В. Анализ предприятий общественного питания при гостиницах // Территориальная организация общества и управление в регионах: материалы XI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 2016. С. 118.

² Гуторова Т. Р. Оптимизация ресторанного бизнеса в составе предприятия гостиничного сервиса // Лучшая студенческая статья 2016: сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конкурса. Пенза, 2016. С. 340.

положительный характер. В некоторых случаях конфликтная ситуация может мешать удовлетворению потребностей отдельного индивида и достижению целей предприятия в целом, но во многих случаях конфликт помогает выявить разнообразие точек зрения и большее число альтернатив или проблем, дает дополнительную информацию и т.д. Это делает процесс принятия решений группой более слаженным и эффективным, а также дает социуму шанс выразить свои мысли и тем самым удовлетворить личные потребности в уважении и власти.

Тем не менее, когда возникает спорная ситуация, то работник ресторана гостиницы непременно должен руководствоваться принципом «гость всегда прав». Пойдя навстречу потребителю услуги, персонал будет уверен, что в следующий свой приезд гость остановится именно у нас, а значит, можно ожидать прибыли и удовлетворения от хорошо сделанной работы.

В ходе данного учебного модуля ещё раз проводится отработка практических приёмов выхода из конфликтных ситуаций, которые наиболее часто возникают при взаимодействии с клиентом. Статистика свидетельствует, что при грамотном выходе из напряженной ситуации 94% перспективных покупателей могут стать постоянными клиентами ресторана.

В завершении занятия участники самостоятельно оценивают развитие личного навыка поведения в конфликте. Ещё раз осознанно систематизируются подходы к работе с конфликтным клиентом. Данный вид самодиагностики усиливает положительную динамику, достигнутую в процессе обучения.

В заключение стоит добавить, что грамотное поведение и, как следствие, разрешение конфликта могут быть получены при учете руководством личностных качеств каждого члена коллектива, его характера, интересов и темперамента. Менеджер должен соблюдать как этические нормы поведения, так и моральные по отношению к своим подчиненным.

Проанализировав понятие «конфликт», можно сделать вывод: для того чтобы предотвратить возникновение конфликтных ситуаций в ресторане отеля, нужно ввести правила поведения в дополнение к должностной инструкции,

проводить тренинги и семинары, поскольку они смогут сплотить коллектив и сделать работников различных средств размещения более компетентными в данном вопросе, а это поможет в будущем избежать неприятных конфликтных ситуаций, поскольку сотрудники смогут применить различные методы для разрешения конфликта как внутри коллектива, так и с гостями ресторана отеля.

3.2. Разработка теста по теме «Повышение качества обслуживания питания в отеле»

С целью проверки усвоения лекции по работе с посетителями были разработаны тестовые задания.

Тестирование – это форма измерения знаний учащихся, основанная на применении педагогических тестов¹.

По содержанию тестовые задания являются вопросами как закрытого, так и открытого типа, которые представляют собой утверждение с неизвестной переменной.

1. Назовите главные причины конфликтов, возникающих в процессе взаимодействия с клиентами:

- а) ограниченность ресурсов;
- б) различия в целях и представлениях о путях их достижения между покупателем и официантом;
- в) особенности в манере поведения отдельных участников потенциального конфликта
- г) все ответы верны.

Правильный ответ: г.

2. Какой фактор не является причиной возникновения конфликта?

- а) информационный
- б) ценностный
- в) фактор отношений;

¹ Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие. М.: Дашков и Ко, 2018. С. 12.

- г) поведенческий;
- д) физиологический

Правильный ответ: д.

3. Какое из двух представленных утверждений является верным?

- 1) перевод конфликта в конструктивное русло приводит к его затуханию;
- 2) умение использовать факторы конфликтной среды в свою пользу,

позволяет извлечь из конфликта негативный результат.

- а) первое
- б) второе
- в) оба верные;
- г) оба неверные

Правильный ответ: а.

4. Управление конфликтами – это:

- а) целенаправленное воздействие на процесс его динамики;
- б) целенаправленное, обусловленное объективными законами воздействия на процесс его динамики в интересах развития или разрушения той социальной системы, к которой имеет отношение данный конфликт;
- в) целенаправленное воздействие на конфликтующих в интересах снижения уровня напряженности между ними;
- г) целенаправленное, обусловленное объективными законами воздействия на процесс формирования адекватного образа конфликтной ситуации у конфликтующих в интересах снижения уровня напряженности между ними;
- д) целенаправленное воздействие на мотивы конфликтующих.

Правильный ответ: б.

5. На какой фазе конфликта возможности разрешения конфликта самые высокие?

- а) начальной фазе;
- б) фазе подъема;
- в) пике конфликта;
- г) фазе спада.

Правильный ответ: а.

6. Ситуация скрытого или открытого противостояния двух или более сторон-участниц называется:

- а) конфликтными отношениями;
- б) конфликтной ситуацией;
- в) инцидентом.

Правильный ответ: б.

7. Основными моделями поведения личности в конфликте являются:

- а) конструктивная, рациональная, деструктивная;
- б) компромисс, борьба, сотрудничество;
- в) рациональная, иррациональная, конформистская;
- г) конструктивная, деструктивная, конформистская;
- д) борьба, уступка, компромисс.

Правильный ответ: г.

8. Коммуникативный аспект общения отражает стремление сотрудников ресторана и клиентов по общению к:

- а) обмену информацией;
- б) налаживанию добрых взаимоотношений;
- в) достижению взаимопонимания;
- г) расширению темы общения;
- д) усилению информационного воздействия на партнера.

Правильный ответ: а.

9. Чередование этапов развития конфликтной ситуации:

- а) произвольно;
- б) не обязательно;
- в) обязательно последовательно.

Правильный ответ: б.

10. Стресс, сопровождающий любой конфликт, накладывает отпечаток на его протекание. Это суждение:

- а) неверно;

- б) верно;
- в) отчасти верно.

Правильный ответ: б.

11. Возможность «беспредметного» конфликта между сотрудником ресторана и клиентом:

- а) реальна в ряде случаев;
- б) исключена;
- в) реальна всегда.

Правильный ответ: а.

12. Какое из двух представленных утверждений является верным?

1) менеджер ресторана, решая конфликтную ситуацию, должен обязательно знать и учитывать индивидуальные особенности клиента;

2) менеджер ресторана, решая конфликтную ситуацию, не должен обязательно знать и учитывать индивидуальные особенности клиента.

- а) первое
- б) второе

Правильный ответ: а.

13. Заполните пропущенное слово: «определение индивидуальной стратегии поведения в конфликте, в перспективе, позволяет исключить стороны её влияния на развитие конфликтной ситуации с клиентом».

- а) негативные;
- б) позитивные.

Правильный ответ: а.

14. Какое количество перспективных покупателей при грамотном выходе из напряженной ситуации могут стать постоянными клиентами ресторана:

- а) 74%;
- б) 84%;
- в) 94%.

Правильный ответ: в.

15. Как вы оцениваете развитие личного навыка поведения в конфликте?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день в гостиничном бизнесе возникает острая потребность в организации и проведении системы управления качеством обслуживания общественного питания, которая позволила бы увеличить эффективность взаимоотношений государственного заказчика с поставщиками услуг, гарантировала стабильно высокий уровень качества услуги в зависимости от ее цены посредством урегулирования экономических интересов сторон, а также контролировала качество услуги на всех стадиях ее предоставления.

Был сделан вывод, что система обслуживания на предприятиях питания в гостинице основывается на базе организационной системы управления службой питания с условием распределения должностных обязанностей и четком соблюдении сервисных стандартов, учрежденных в гостинице в отношении обслуживающего персонала.

«Tenet» – новый отель 3* в самом центре Екатеринбурга. Его фасад выходит на главную улицу города – проспект Ленина.

К услугам гостей 89 комфортных номеров разных категорий: от стандарта до люкса. В номерах – все, что требуется для комфортного отдыха и продуктивной работы: удобные кровати, функциональные рабочие зоны, LED телевизоры, кондиционеры и сейфы. Высокоскоростной WiFi и телефон с междугородной и международной связью позволят быть на связи всегда.

На территории отеля «Tenet» работает ресторан «Tenet».

Ресторан «Tenet» отличается от классических ресторанов, расположенных в отелях, – он уютный, с продуманным дизайнерским интерьером.

В ресторане представлены кухни: русская, итальянская, американская, паназиатская.

Наибольшее число людей в службе питания (34%) работает в возрастной категории 31-35 лет. Долю 28% заняли работники в возрастной категории 26-30 лет, долю 23% заняли работники в возрастной категории 36-40 лет.

В ходе исследования было выявлено, что только 30% опрошенных гостей

полностью удовлетворены при разрешении конфликтов и споров в ресторане «Tenet». Специалисты ресторана «Tenet» не владеют техникой и методикой урегулирования споров в полной мере.

Таким образом, анализ сложившейся ситуации в ресторане «Tenet» показал, что со стороны потребителей заведения отмечены недостатки в качестве обслуживания и культуре обслуживания гостей.

В третьей главе была сделана методическая разработка по теме «Повышение качества обслуживания в отеле».

Цель лекции: рассмотреть способы урегулирования споров с посетителями ресторана.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Брашнов Д. Г.* Экономика гостиничного бизнеса. Экономика гостиничного бизнеса: учеб. пособие / Д. Г. Брашнов. – Москва: Флинта, 2017. – 289 с.
2. *Брусенцов Е. И.* Организация службы питания в структуре гостиницы // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2017. – Т. 10. № 2. – С. 215-222.
3. *Васильев Ю. А.* Управление общественным питанием / Ю. А. Васильев. – Москва: Экономика, 2013.– 190 с.
4. *Васюкова А. А.* Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / А. А. Васюкова. – Москва: Дашков и К, 2017. – 416 с.
5. *Воротилова О. А.* Анализ и перспективы развития рынка общественного питания в региональных условиях // Управление. Бизнес. Власть. – 2017. – № 5 (14). – С. 68-71.
6. *Гайворонский К. Я.* Технологическое оборудование предприятий общественного питания и торговли: практикум / К. Я. Гайворонский. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. – 104 с.
7. ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования.
8. ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения».
9. Гражданский кодекс Российской Федерации.
10. *Гуторова Т. Р.* Оптимизация ресторанного бизнеса в составе предприятия гостиничного сервиса // Лучшая студенческая статья 2016: сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конкурса. – Пенза, 2016. – С. 340-344.
11. *Дворядкина Е. Б.* Национальная экономика: учеб. пособие / Е. Б. Дворядкина. – Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2014. – 160 с.

12. *Дементьева С. В.* Отельный менеджмент: учеб. пособие / С. В. Дементьева. – Издательство Томского политехнического университета, 2017.– 160 с.
13. *Довженко В. В.* Анализ предприятий общественного питания при гостиницах // Территориальная организация общества и управление в регионах: материалы XI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / Воронежский гос. пед. ун-т, Воронежский гос. ун-т, Воронежский отдел Русского географического общества. – 2016. – С. 118-120.
14. *Елканова Д. И.* Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Д. И. Елканова. – Москва: Дашков и Ко, 2018. – 248 с.
15. *Емельянова Т. В.* Экономика общественного питания: учеб. пособие / Т. В. Емельянова. – Минск: Высшая школа, 2014. – 286 с.
16. *Епифанова М. А.* Факторы устойчивого развития организации общественного питания в России // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 11 (23). – С. 23-24.
17. *Ефимова О. П.* Экономика общественного питания: учеб. пособие / О. П. Ефимова. – Минск: Новое знание, 2015. – 348 с.
18. *Ёхина М. А.* Прием, размещение и выписка гостей: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / М. А. Ёхина. – Москва: Академия, 2017. – 304 с.
19. *Ивелашвили Л. Т.* Отрасль общественного питания в России: анализ и перспективы развития // Профессионал года 2018: сб. ст. IX Междунар. науч.-практ. конкурса / под общ. ред. Г. Ю. Гуляева. – 2018. – С. 56-58.
20. *Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм:* материалы 2-й Междунар. науч.-практ. конф. / под науч. ред. А. М. Ветитнева, Н. С. Матющенко. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2014. – 172 с.
21. *Карачанская А. П.* Стратегический анализ системы управления персоналом в ресторане гостиницы // Молодой ученый. – 2016. – № 30 (134). – С. 211-213.

22. Катеринич О. А. Анализ и перспектива развития услуг общественного питания / О. А. Катеринич // Аллея науки. – 2018. – Т. 1. № 5 (21). – С. 262-266.

23. Корягина А. В. Интернет-технологии – прогрессивная форма организации питания в ресторанах, гостиницах и туризме // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: материалы первой науч. студ. конф. – 2013. – С. 326-331.

24. Лаврентьев Е. В. Динамика развития рынка общественного питания в России // Интеграция наук. – 2018. – № 8 (23). – С. 207-210.

25. Ли Г. С. Влияние туристских потоков на развитие предприятий общественного питания в России // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сб. ст. XVI Междунар. науч.-практ. конф. В 2 частях / отв. ред. Г. Ю. Гуляев. – 2018. – С. 211-213.

26. Лисицкая Ю. Р. Современное состояние и тенденции развития рынка общественного питания в России // Тенденции и перспективы развития индустрии туризма и пути повышения финансовой грамотности в сфере управления курортами: материалы Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2018. – С. 69-72.

27. Лукиянчук И. Н. Проблемы общественного питания в России и перспективы его развития // Траектории развития: материалы Первой междунар. науч. конф. – 2018. – С. 304-310.

28. Мрыхина Е. Б. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник / Е. Б. Мрыхина. – Москва: ФОРРУМ: ИНФРА-М, 2017. – 416 с.

29. Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: электрон. сб. ст. по материалам XVII студ. междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК. – 2014. – № 2 (17) – 88 с.

30. Никоровская Л. В. Организация питания гостей на высшем уровне в ресторанах, гостиницах и туризме // Стратегия развития индустрии

гостеприимства и туризма: материалы первой науч. студ. конф. – 2013. – С. 307-312.

31. *Овчарова М. Н.* Организация работы службы питания // Современные тенденции и перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства в Рязанской области: материалы 3-й регион. науч.-практ. конф. – 2016. – С. 77-80.

32. *Официальный сайт отеля «Tenet»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tenethotel.ru>.

33. *Петрова А. Н.* Факторы, обеспечивающие инновационное развитие общественного питания в России // Инструменты и механизмы современного инновационного развития: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. – 2018. – С. 154-156.

34. *Прокуда М. Л.* Основные направления инновационного развития предприятий общественного питания в России // Конкурентное, устойчивое и безопасное развитие экономики АПК региона: материалы межвуз. студ. науч.-практ. конф. – 2018. – С. 146-151.

35. *Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития: материалы XII Всерос. науч.-практ. конф., 12 февраля 2015 г.* – Санкт-Петербург: СПбГУП, 2015. – 188 с.

36. *Смирнова Д. Ш.* Маркетинг в туризме: учебник / Д. Ш. Смирнова. – Астрахань: Астраханский государственный университет, 2018. – 201 с.

37. *Солдатюк О. С.* Инструменты нематериальной мотивация персонала в службе питания гостиницы // Современное образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. XIII Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 78-80.

38. *Тишковская Т. М.* Общественное питание: проблемы и перспективы развития // Потребительская кооперация. – 2018. – № 1 (60). – С. 3-10.

39. *Тотменина И. И.* Анализ перспектив и развития рынка общественного питания // Социально-экономическая роль денег в обществе:

материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. / под науч. ред. В. А. Кунина. – 2016. – С. 186-189.

40. *Фридман А. М.* Экономика предприятия общественного питания / А. М. Фридман. – Москва: Дашков и К, 2017. – 464 с.

41. *Хаукка А. В.* Автоматизация ресторана как фактор инновационного развития гостиничного предприятия // Производство, распределение и потребление продукции, товаров и услуг: теория и практика: сборник научных трудов по материалам I Междунар. экономического форума молодых ученых. – 2017. – С. 55-60.

42. *Шехов Д. М.* Обеспечение качества обслуживания на предприятиях общественного питания в гостиничном бизнесе // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы Междунар. пятнадцатой науч.-практ. конф. – 2017. – С. 350-354.

43. *Яковлев Г. А.* Экономика гостиничного хозяйства: учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Яковлев. – Изд. 2-е. – Москва: РДЛ, 2017. – 328 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

АНКЕТА ДЛЯ КЛИЕНТОВ РЕСТОРАНА «TENET»

Уважаемые посетители!

Предлагаем Вам принять участие в исследовании. Целью является изучение удовлетворенности гостей службой питания отеля. Анкета является анонимной, подписывать её не нужно. Вся собранная информация будет использована только в обобщенном виде.

В вопросах 2-10 оцените, пожалуйста, по 5-ти бальной шкале, где 1 – низшая оценка, 5 – высшая.

1. Пол

- Мужской
- женский

2. Как вы оцените доступность информации о ресторане «Tenet» в интернете?

1	2	3	4	5

3. Как Вы оцените удобства и комфорт в зале?

1	2	3	4	5

4. Как Вы оцените знание персонала ресторана «Tenet» о предлагаемых блюдах?

1	2	3	4	5

5. Как Вы оцените умение сотрудников ресторана «Tenet» ответить на вопросы клиента и уважать его/ее нужды?

1	2	3	4	5

6. Оцените отношение к Вам со стороны персонала

1	2	3	4	5

7. Насколько рад был персонал Вашему визиту в ресторан «Tenet»?

1	2	3	4	5

8. Как Вы оцените внимательность и терпеливость официанта, который работал с Вами?

1	2	3	4	5

9. Оцените время, которое потребовалось на приготовление и подачу блюд?

1	2	3	4	5

10. Насколько Вы остались довольны обслуживанием?

1	2	3	4	5

11. Возникали ли у Вас конфликтные ситуации в ресторане «Tenet»?

- Да
- Нет

12. Опишите причину, по которой возник конфликт (если причин нет, то переходите, пожалуйста, к вопросу 14)

13. Оцените, пожалуйста, некоторые аспекты качества обслуживания

Оцениваемый аспект	1	2	3	4	5
Насколько Вы удовлетворены разрешением конфликта?					
Насколько оперативно был разрешен конфликт?					
Насколько терпелив и спокоен был персонал ресторана «Tenet» во время разрешения конфликта?					

14. Посоветуете ли вы ресторан «Tenet» своим друзьям или знакомым?

- Да
- Скорее да

- Скорее нет
- Нет
- Затрудняюсь ответить

Спасибо большое за участие!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

СВОДНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Пол
(% от числа ответивших)

Ответ	%
Мужской	44
Женский	56

Как вы оцените доступность информации о ресторане «Тенет» в интернете?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	0
3	14
4	56
5	30

Как Вы оцените удобства и комфорт в зале?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	6
3	10
4	50
5	34

Как Вы оцените знание персонала ресторана «Тенет» о предлагаемых блюдах?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	0
3	32
4	38
5	30

Как Вы оцените умение сотрудников ресторана «Tenet» ответить на вопросы клиента и уважать его/ее нужды?

(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	2
3	14
4	28
5	56

Оцените отношение к Вам со стороны персонала

(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	8
3	20
4	38
5	34

Насколько рад был персонал Вашему визиту в ресторан «Tenet»?

(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	16
3	24
4	30
5	30

Как Вы оцените внимательность и терпеливость официанта, который работал с Вами?

(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	14
3	20
4	50
5	16

Оцените время, которое потребовалось на приготовление и подачу блюд?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	10
3	30
4	36
5	24

Насколько Вы остались довольны обслуживанием?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	0
2	10
3	26
4	40
5	24

Возникали ли у Вас конфликтные ситуации в ресторане «Tenet»?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
да	32
нет	68

Насколько Вы удовлетворены разрешением конфликта?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	10
2	24
3	48
4	18
5	0

Насколько оперативно был разрешен конфликт?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	14
2	26
3	50
4	10
5	0

Насколько терпелив и спокоен был персонал ресторана «Tenet» во время разрешения конфликта?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
1	8
2	36
3	44
4	12
5	0

Порекомендуете ли вы ресторан «Tenet» своим друзьям или знакомым?
(% от числа ответивших)

Ответ	%
да	32
скорее да	42
скорее нет	10
нет	6
затрудняюсь ответить	10