На правах рукописи

Сидякова Валентина Александровна

Повышение качества услуг предприятий общественного питания

Специальность 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сферы услуг)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

005558158

2 5 ЯНВ 2015

г. Княгинино
2015

Диссертационная работа выполнена на кафедре экономики и статистики ГБОУ ВПО «Нижегородский государственный инженерно-экономический институт»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор **Мордовченков Николай Васильевич**

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор кафедры «Технология и организация общественного питания» АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права» **Исаенко Анатолий Владимирович**
кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ФГБОУ ВПО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова» **Желнова Кристина Владимировна**

Ведущая организация: Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центрсоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Защита состоится «13» марта 2015 г. в 12^{00} часов на заседании диссертационного совета Д 800.026.01 при ГБОУ ВПО «Нижегородский государственный инженерно-экономический институт» по адресу: 606340, Нижегородская обл., г. Княгинино, ул. Октябрьская, д. 22, ауд. 121.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГБОУ ВПО «Нижегородский государственный инженерно-экономический институт» и на сайте ГБОУ ВПО НГИЭИ http://www.ngiei.ru.

Сведения о защите и автореферат диссертации размещены на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии: http://vak2.ed.gov.ru/ и на сайте ГБОУ ВПО НГИЭИ http://www.ngiei.ru

Автореферат разослан «14» января 2015 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук, доцент _____ **Н.В. Проваленова**

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Одним из важнейших трендов развития современной экономики является стремительно расширяющаяся сфера услуг. Известно, что в последние годы активизировался процесс диверсификации услуг. При этом всё чаще говорят не столько о конкретных видах новых услуг, сколькоо предоставлении комплекса услуг, включающего помимо основных видов и ряд комплементарных услуг, направленных на повышение удовлетворённости потребителя за счёт предвосхищения его ожиданий.

В условиях международных экономических санкций особенно заметной становится роль сферы общественного питания, которая оказывает реальное содействие в обеспечении продовольственной безопасности. Жёсткая конкуренция на рынке услуг объективно обусловливает необходимость постоянного повышения качества услуг. Данное обстоятельство, в свою очередь, требует обоснования и реализации новых направлений и методов повышения качества услуг предприятий общественного питания.

В этих условиях особую значимость приобретает система оценивания качества услуг, результаты которой являются важным информационным источником для обоснования направлений и конкретных мер по повышению качества услуг. Но, если в ряде отраслей сферы услуг проблема оценки качества услуг исследуется достаточно последовательно (например, торговля, пассажирский транспорт, образование и др.), то в сфере общественного питания эта проблема пока остаётся мало исследованной, хотя работы Калашниковой С.А., Радченко Л.А., Фадеевой З.О. свидетельствуют об актуальности данной проблемы. Так, до настоящего времени нет общепринятой методики количественной оценки наиболее существенных факторов, влияющих на качество услуг общественного питания. Очевидно, что данное обстоятельство обусловлено сложностью и многоаспектностью проблемы повышения качества услуг общественного питания, поскольку на качество влияют как количественные, так и качественные факторы, что существенно затрудняет возможность формализации оценки качества услуг предприятий общественного питания.

Таким образом, значимость сферы общественного питания для государства, общества, населения и недостаточная разработанность проблемы повышения качества услуг предприятий общественного питания определяют актуальность и практическую значимость темы диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы. Исследованиюэкономического содержанияуслуги, роли услуг в развитии современной экономики,влияния системы управления качеством услуг на повышение конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятий сферы услуг посвящены работы таких учёных, как Г. Ассэль, Н. А. Баринов, Д. Белл, В. П. Бугаков, Х. Ворачек, К. Гренроос, А. А. Иванов, Ф. Котлер, А. Маршалл, К. Менгер, М.А Николаева, Д. Норт, Н. В. Миронова, Е. В. Песоцкая, Б.А. Райзберг, М.В. Солодков, Т.Н. Софина, Т. Хилл и др.

Проблемы экономики и управления развитием услуг предприятий общественного питания исследовали известные зарубежные и российские ученые, в том числе: Ю. Л. Александров, М. И. Басков, Э.А. Батраева, Д. Бэлл, Б. И. Герасимов, Л. И. Ерошина, Р.Каплан, Т. Н. Кутаева, Т. Левитт, В. Д. Маркова, Р. Мердик, Н. В. Мордовченков, Д. Нортон, Б. Рендер, М. В. Сероштан, Н. Н.Терещенко, К. Хаксвер, И. В. Шавандина и др.

Существенный вклад в разработку общетеоретических и практических проблем управления предприятиями общественного питания, организации и технологии обслуживания потребителей внесен отечественными исследователями: М. М. Аносовым, В. А. Барановским, В. И. Богушевой, С.А. Калашниковой, И. М. Лифиц, Л. А. Радченко, З. О. Фадеевой и зарубежными – Р. А. Браймером и т.д.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является обоснование направлений повышения качества услуг предприятий общественного питания и разработка мероприятий по их реализации.

Достижение поставленной цели исследования предусматривает решение следующих задач:

- исследовать сущность услуги как экономической категории и определить особенности услуг сферы общественного питания;

- провести анализ деятельности предприятий общественного питания и предложить методику оценки их экономической и социальной эффективности, установить количественную взаимосвязь между эффективностью предприятий и качеством предоставляемых услуг;

- обосновать методический подход к оценке качества услуг предприятий ресторанного бизнеса;

- определить направления и предложить организационные меры по совершенствованию механизма контроля в системе управления качеством услуг предприятий общественного питания;

- разработать мероприятия по повышению качества услуг сферы общественного питания и дать оценку их экономической эффективности.

Объект исследования. Предприятия общественного питания.

Предмет исследования. Совокупность организационных и экономических отношений в процессе повышения качества услуг предприятий общественного питания.

Область исследования. Диссертационное исследование выполнено по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (п.1 Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг; п.п.1.6.116. Механизм повышения эффективности и качества услуг), паспорта специальностей ВАК (экономические науки).

Теоретическую и методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных специалистов в области экономики и управления предприятиями сферы услуг, экономики общественного питания, менеджмента качества.

Методологической основой исследования являются системный подход, экономический и статистический анализ, методы экспертных оценок, балльный метод, анкетный опрос.

Информационной базой исследований являются аналитические данные, опубликованные в научной литературе и периодической печати, экспертные разработки и оценки российских и зарубежных ученых-экономистов. В диссертации нашли отражение результаты научно-исследовательских работ, выполненные автором и при его участии.

Научная новизна проведённого исследования состоит в разработке теоретических и методических положений, а также практических мероприятий по повышению качества услуг предприятий общественного питания.

Конкретные результаты, обладающие актуальностью и новизной, определяются следующими положениями:

1. Дано авторское определение сущности услуг предприятий общественного питания, отражающее специфику их функционирования и трактуемое как комплексное понятие, характеризующее деятельность по удовлетворению потребностей посетителей предприятий общественного питания (процесс) и одновременно как результат удовлетворения этих потребностей при обеспечении соответствия цена – качество.

Выполнена систематизация функций предприятий общественного питания (торговые, производственные, сервисные), приведена классификация услуг с позиции функций, реализуемых предприятиями общественного питания.

2. Предложена методика оценки результативности деятельности предприятий общественного питания, позволяющая количественно определить значение коэффициентов экономической и социальной эффективности, в зависимости от величины которых возможно ранжирование предприятий общественного питания по уровням эффективности; установлена

количественная взаимосвязь между эффективностью предприятий общественного питания и качеством предоставляемых услуг.

3. Обоснован комплексный, методический подход к оценке качества услуг предприятий ресторанного бизнеса, включающий оценку уровня качества услуг на основе диаграммы Парето; установление причинно-следственных зависимостей результатов обслуживания от выявленных проблем на основе диаграммы Исикавы; детальное всестороннее выявление причин неудовлетворительного обслуживания по методике «тайный покупатель»; расчет обобщающего показателя качества услуг предприятий ресторанного бизнеса. Выявленные проблемы и причины неудовлетворительного обслуживания посетителей являются основанием для разработки практических мер по повышению качества услуг предприятий общественного питания.

4. Определены направления и предложены организационные меры по совершенствованию механизма контроля в системе управления качеством услуг предприятий общественного питания (повышение роли внутреннего контроля; порядок организации работы персонала в составе целевой группы в процессе самооценки качества услуг; алгоритм поэтапной реализации процесса контроля качества услуг с участием всех субъектов контроля; мероприятия в рамках программы контроля качества услуг и др.).

С учётом доминирующей роли контроля разработана комплексная модель управления качеством услуг, включающая взаимосвязь всех элементов: ощущения посетителей предприятий общепита; оценку и контроль качества продукции (кухни) и качества обслуживания посетителей; качество управления как целенаправленного воздействия на качество услуг; качество системы управления предприятием; результирующие критерии.

5. Обоснованы направления повышения качества услуг предприятий общественного питания, определен комплекс по их реализации и предложена методика оценки эффективности мероприятий, основанная на использовании групп основных и вспомогательных показателей.

Комплекс мероприятий по повышению качества услуг предприятий общественного питания и методика оценки их эффективности могут использоваться предприятиями общественного питания всех типов и видов.

Практическая значимость исследования заключается в том, что использование методических подходов к оценке качества услуг в общественном питании, предложенная методика оценки качества услугв комплексе будут способствовать повышению качества предоставляемых услуг.

Полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы в практической деятельности всех видов предприятий общественного питания, а также в качестве учебного материала в процессе подготовки лекционных курсов, практических занятий, курсовых и выпускных квалификационных работ в высших и средних учебных заведениях и в системе повышения квалификации специалистов сферыобщественного питания.

Апробация результатов работы и публикации. Сформулированные в диссертации основные положения, выводы и рекомендации докладывались на научно-практических конференциях: I Международная заочная научно-практическая конференция: «Научная дискуссия: вопросы экономики и управления» (г.Москва, 2012); I Международная студенческая научно-практическая конференция «Современные тенденции в экономике» (Республика Молдова, г. Комрат, 2012); V Международная научно-практическая конференция «Экономическое развитие страны: различные аспекты вопроса» (г.Москва, 2012); Международная научно-практическая конференция «Социально-экономические аспекты развития современного общества» (г.Тамбов, 2012); Международная научно-практическая конференция «Инвестиционные основы и тенденции развития экономики и общества в современном мире» (г.Казань, 2013); Международная научно-практическая конференция ученых, аспирантов и студентов «Информационные и коммуникационные

технологии – реалии, возможности, перспективы» (г.Кисловодск, 2013); Международная научно-практическая конференция «Современная экономика: подходы, концепции, модели» (г.Саратов, 2013); III Международная научно-практическая конференция «Современное государство: проблемы социально-экономического развития» (г.Саратов, 2013); IV Международная научно-практическая конференция «Экономическая наука в 21 веке: вопросы теории и практики» (г.Махачкала, 2014).

Теоретические положения и практические результаты исследования были опубликованы в 16 научных работах общим объем 3,67п.л. в том числе три работы в журналах, входящих в перечень ВАК-1,26 п.л., в том числе авторских-1,17п.л.

Объем и структура диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, выводов, заключения, списка использованной литературы и приложений. Работа изложена на 156 страницах, содержит 30 таблиц, 40 рисунков,10 приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении дано обоснование актуальности темы исследования, сформулированы цель и задачи, предмет и объект исследования, а также раскрыта научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе – «Теоретические и организационные основы повышения качества услуг предприятий общественного питания» проведено исследование сущности услуг как экономической категории, предложена типология услуг на основе критериев качества и способов повышения качества, выполнена классификация услуг сферы общественного питания с позиции реализуемых предприятиями функций, обосновано авторское определение сущности услуг сферы общественного питания, проведен анализ методов оценки качества услуг предприятий общественного питания, обобщен отечественный и зарубежный опыт повышения качества услуг в сфере общественного питания.

Во второй главе – «Анализ и оценка качества услуг предприятий общественного питания в условиях рынка» выполнен анализ современных особенностей развития рынка услуг общественного питания, проведено исследование зависимости качества услуг от эффективности функционирования предприятий общественного питания, предложен комплексный методический подход к анализу и оценке качества услуг ресторанного бизнеса.

В третьей главе - «Приоритетные направления повышения качества услуг предприятий общественного питания» обоснованы направления совершенствования механизма контроля в системе управления качеством услуг предприятий общественного питания. Предложена концептуальная модель развития предприятий малого и среднего бизнеса в сфере общественного питания, рассматриваемого как один из факторов решения проблемы насыщенности рынка услуг общественного питания, обоснованы направления повышения качества услуг сферы общественного питания, определены мероприятия по их реализации и предложена методика оценки эффективности мероприятий.

В выводах и предложениях изложены основные результаты диссертационного исследования в соответствии с поставленной целью и задачами.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Дано авторское определение сущности услуг сферы общественного питания, систематизированы функции предприятий общественного питания (торговые, производственные, сервисные), проведена классификация услуг с позиции функций, реализуемых предприятиями общественного питания.

Выполненное в диссертации исследование содержательной сущности услуг показало, что до настоящего времени не выработано универсальное и общепринятое понятие услуги, но главным образом, в связи с тем, что к сфере услуг относится широкий круг общественных отношений и, следовательно, обширный перечень видов услуг. Причем по

мере развития экономики перечень видов услуг продолжает расширяться. Данное обстоятельство обусловливает необходимость структуризации услуг.

Поскольку в рыночной экономике качество услуг является превалирующим фактором повышения конкурентоспособности предприятий и организаций сферы услуг, в диссертации предложен подход к типологии услуг на основе критериев качества и способов повышения качества услуг, который вполне соответствует рыночным условиям функционирования предприятий сферы услуг (рис.1).

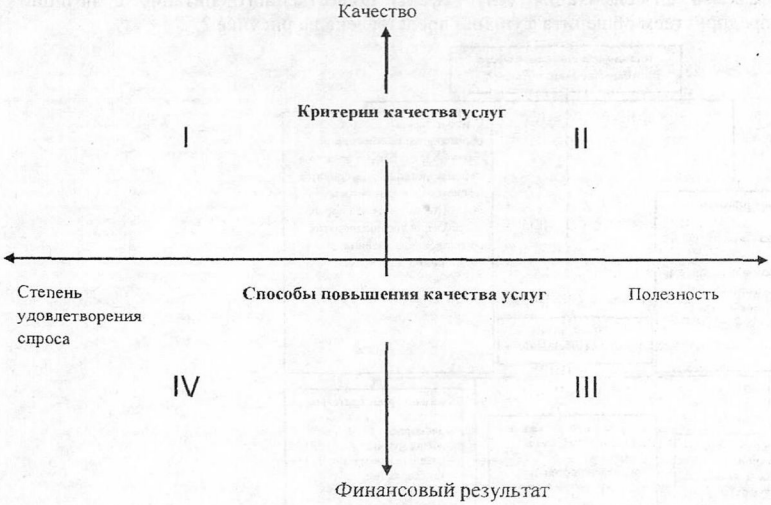

Рисунок 1 – Предлагаемая типология услуг на основе критериев качества и способов повышения качества услуг

Из рисунка 1 следует, что если категории «качество», «полезность» и «финансовый результат» известны из теории экономики и маркетинга,то степень удовлетворения спроса на услуги предприятий общественного питания требует уточнения. Автором диссертации на базе модели неудовлетворительного спроса Мытника И.Н. была предложена зависимость:

$$НС_y = W \cdot \bar{n}, (1)$$

где $НС_y$– неудовлетворённый спрос на производимую услугу;

W – удовлетворённый спрос на востребованную качественную услугу;

$\bar{n}$- частное от соотношения неудовлетворённого и удовлетворённого спроса на услугу.

В ходе исследования установлено, что несмотря на различные, а порой и противоположные трактовки сущности услуг в работах отечественных и зарубежных авторов на основе обобщения разных позиций можно выделить два основных аспекта: услуга – это деятельность (процесс) и услуга есть результат деятельности. Учитывая данный вывод, в соответствии с целеполаганием диссертационного исследования, услуги предприятий сферы общественного питания мы рассматриваем как комплексное понятие, характеризующее деятельность по удовлетворению потребностей посетителей предприятий общественного питания (процесс) и одновременно как результат удовлетворения этих потребностей при обеспечении соответствия цена-качество услуг.

Такой подход к пониманию сущности услуг сферы общественного питания позволяет провести их классификацию с позиции функций, реализуемых предприятиями

общепита. Практика показывает, что предприятия общественного питания выполняют, главным образом, следующие виды функций:

- торговые функции (продажа кондитерских изделий, прохладительных и алкогольных напитков и т.д.);
- производственные функции (производство блюд, напитков, полуфабрикатов и др.);
- сервисные функции (услуги официантов и барменов, эстетические услуги, развлекательные услуги, услуги обеспечения безопасности и правопорядка и т.д).

Предлагаемая классификация услуг сферы общественного питания с позиции реализуемых предприятием общепита функций представлена на рисунке 2.

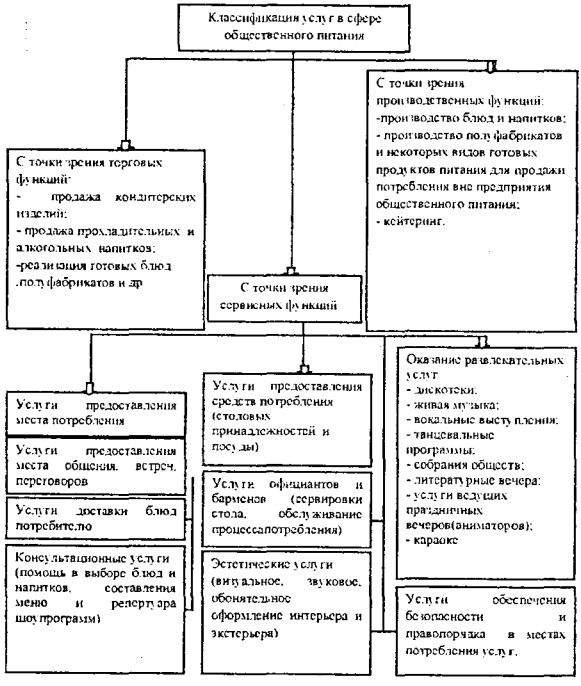

Рисунок 2 – Классификация услуг сферы общественного питания

2.Предложена методика оценки эффективности предприятий общественного питания

Методика оценки результативности деятельности предприятий общественного питания основана на расчете комплексных коэффициентов экономической и социальной эффективности предприятий общественного питания. При этом были установлены пять уровней эффективности предприятий (табл. 1)

Таблица 1 – Уровни эффективности предприятий общественного питания

Уровень эффективности предприятия общественного питания	**Значение интегральных показателей эффективности**
Абсолютно эффективное	1,0–0,99
Высокоэффективное	0,98–0,85
Эффективное	0,84–0,70
Низкоэффективное	0,69–0,55
Неэффективное	Ниже 0,55

Методом экспертных оценок определялись значения коэффициентов значимости (в процентах) отдельно по блокам показателей экономической и социальной эффективности, в качестве экспертов привлекались руководители и специалисты предприятий общественного питания.

Реальная величина каждого из коэффициентов определялась методом средней взвешенной (табл. 2, 3).

Таблица 2 – Расчет значимости коэффициента каждого блока экономической и социальной эффективности

№ блока	Критерии экономической эффективности предприятия	Показатель	Средневзвешенное значение по блоку
1	Эффективность использования ресурсов	1.1. Коэффициент уровня издержек производства и обращения (I(И))	0,32
		1.2. Коэффициент изменения фондоотдачи (I(Ф))	0,28
		1.3. Коэффициент изменения оборачиваемости оборотных средств (I(ОС))	0,40
2	Результативность деятельности предприятия общественного питания	2.1. Коэффициент роста оборота предприятия (I(ООП))	0,32
		2.2. Коэффициент рентабельности оборота(I(R))	0,30
		2.3. Коэффициент оборачиваемости мест(I(RВД))	0,38
3	Конкурентное положение предприятия	3.1. Отношение рентабельности оборота к среднему по территории(KR)	0,30
		3.2. Индекс уровня цен(КЦ)	0,55
		3.3. Доля рынка(КДР)	0,15

Таблица 3 – Расчет значимости коэффициента каждого блока социальной эффективности

№ блока	Критерии социальной эффективности предприятия	Показатель	Средневзвешенное значение по блоку
1	Качество производственной деятельности	1.1. Коэффициент удовлетворенности качеством продукции (I(КП))	0,48
		1.2. Коэффициент удовлетворенности широтой ассортимента продукции (I(ША))	0,32
		1.3. Коэффициент удовлетворенности обновляемостью ассортимента продукции (I(ОА))	0,20
2	Качество сервиса	2.1. Коэффициент удовлетворенности качеством сервиса(I(КС))	0,51
		2.2. Коэффициент удовлетворенности номенклатурой услуг (I(НУ))	0,29
		2.3. Коэффициент удовлетворенности временем обслуживания (I(ВО))	0,20
3	Качество обслуживания	3.1. Коэффициент удовлетворенности состоянием материально-технической базы (доступной потребителю)(I(АТМ))	0,41
		3.2. Коэффициент удовлетворенности режимом работы предприятия (I(РР))	0,38
		3.3. Коэффициент удовлетворенности уровнем рекламно-информационной работы (наличие информации, информированность)(I(РИ))	0,21

Результаты оценки эффективности по типам предприятий общественного питания, функционирующих на Нижегородском рынке услуг, приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка эффективности предприятий общественного питания Нижнего Новгорода

Тип предприятия общественного питания	Количество предприятий	Коэффициент эффективности							
		Кээп	Ксэп	Кээп	Ксэп	Кээп	Ксэп	Кээп	Ксэп
		0,93–0,85		0,84–0,70		0,69–0,55		ниже 0,55	
Рестораны	32	11	5	21	27	–	–	–	–
Бары	29	3	2	17	14	9	10	–	3
Кафе	62	5	4	39	22	17	26	1	10
Закусочные	29	–	–	10	3	16	6	3	20
ПБО	26	–	–	16	6	10	12	–	8
Столовые	32	–	–	8	2	18	13	6	17
Итого	210	19	11	111	74	70	69	10	58

Расчеты показали, что наиболее высокую эффективность имеют предприятия ресторанного бизнеса (рестораны, бары, кафе).

Поскольку качество услуг предприятий общественного питания непосредственно зависит от эффективности их функционирования, то эта зависимость может быть выражена количественно:

$$i_{ks} = \frac{Эij}{\Delta Pj}, \qquad (2)$$

где i_{ks} - индекс качества услуг в общественном питании;

$Эij$ - эффективность предприятий общественного питания;

i - производство услуг i- го вида;

j - потребление услуг j - го вида;

ΔPj - прирост прибыли, отображающий влияние на процесс повышения качества услуг и эффективность.

3.Обоснован комплексный методический подход к оценке качества услуг предприятий ресторанного бизнеса

Анализ показал, что предприятия ресторанного бизнеса более эффективны в сравнении с другими типами предприятий общественного питания. В этой связи в диссертации проведен анализ конкурентных преимуществ и выполнена оценка качества услуг ресторанов города Нижнего Новгорода («Золотая Вилка», «Русь») и Нижегородской области («21век» – г. Дзержинск), которые, являясь элитарными ресторанами высокой ценовой категории, не относятся к лидерам, но стремятся расширить целевой сегмент и составить конкуренцию ведущим предприятиям ресторанного бизнеса.

Анализ сопоставимых конкурентных позиций ресторанов показал, что ресторан «Золотая Вилка» уступает конкурентам по такой основной позиции, как качество кухни (табл. 5).

Таблица 5 – Сопоставление качества услуг в ресторанах «21 век», «Золотая Вилка», «Русь»

Факторы	«21 век»	«Русь»	«Золотая Вилка»
Посадочных мест	На 70 человек	На 60 человек	На 40 человек
Качество кухни	Еда всегда свежая и качественная	Еда качественная	Еда не всегда свежая и качественная
Местонахождение	Оживленное место, центр города, близко от остановки.	Плохое место для парковки	Не очень оживленное место, мало мест для парковки.
Уровень цены	Высокий	Высокий	Высокий
Особенности ассортимента	Европейская и русская кухня	Европейская, русская, кавказская кухня	Европейская кухня
Ассортимент	Не очень широкий ассортимент	Разнообразный ассортимент блюд русской кухни	Широкий ассортимент

Продолжение таблицы 5

Репутация	Известная, постоянные клиенты	Известная, постоянные клиенты.	Известная, постоянные клиенты.
Дизайн и интерьер зала	Соответствует концепции предприятия	Не соответствует концепции предприятия	Соответствует концепции предприятия
Вызов такси по заказу потребителя	Заказ такси через онлайн Интернет	Заказ такси через онлайн Интернет	Заказ такси через онлайн Интернет
Выездное обслуживание	Доставка кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам, в том числе в банкетном исполнении	Доставка кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам	Доставка кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам
Уровень обслуживания	Быстрое обслуживание, вежливый персонал	Медленное обслуживание, вежливый персонал	Быстрое обслуживание, вежливый персонал

При этом ассортиментный набор и спектр оказываемых дополнительных услуг в значительной степени совпадают за исключением некоторых позиций, главным образом, в секторе дополнительных услуг.

Оценивание качества услуг ресторанов осуществлялось на основе разработанного в диссертации комплексного подхода, реализация которого включает несколько этапов:

I этап. Выявление форм неудовлетворительного качества услуг:

1.1 Интервьюирование посетителей.

1.2 Систематизация жалоб посетителей на неудовлетворительное качество услуг.

1.3 Установление причин жалоб на основе диаграммы Парето (рис. 3).

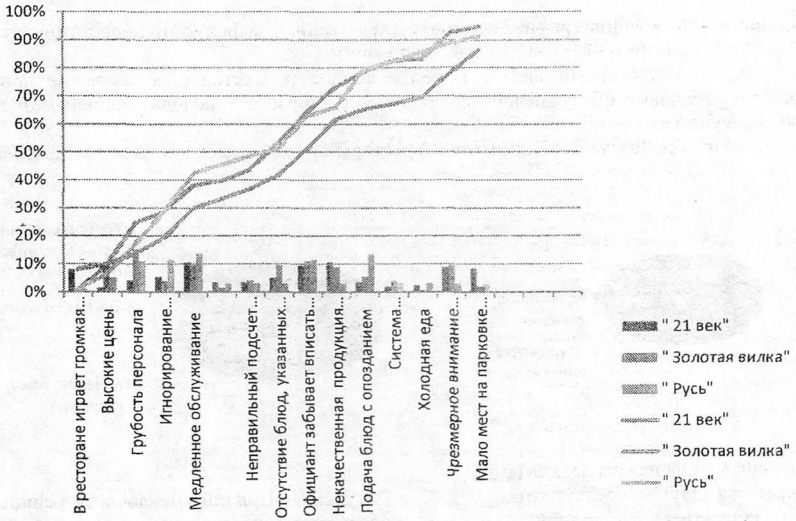

Рисунок 3 – Уровень качества услуг в ресторанах«21 век», «Золотая Вилка», «Русь» на основе диаграммы Парето

Видим, что основными причинами жалоб являются медленное обслуживание, подача блюд с опозданием, некомпетентность обслуживающего персонала.

II этап. Установление причинно-следственных зависимостей, обусловливающих проблемы, на основе диаграммы Исикавы:

2.1 Построение диаграммы Исикавы

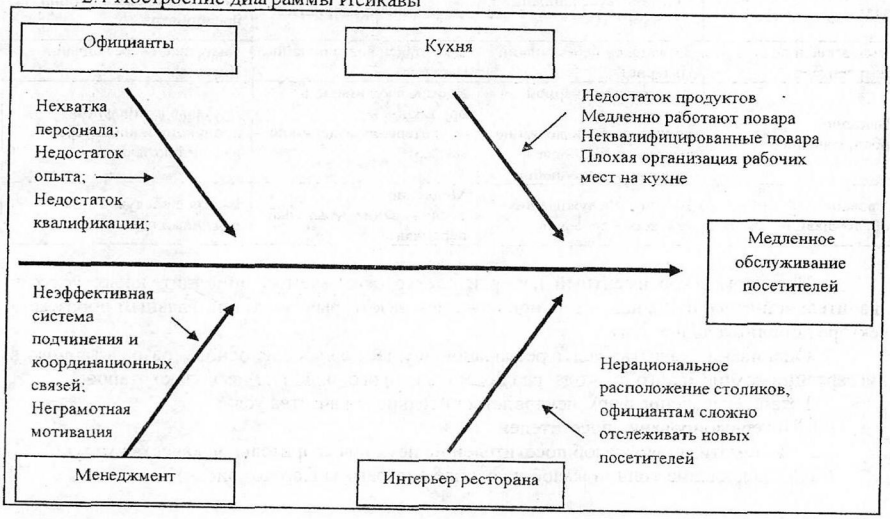

Рисунок 4 – Построение графика причинно-следственной зависимости недостаточного качества услуги

IIIэтап. Углубленный анализ и более полное и всестороннее изучение причин неудовлетворительного обслуживания посетителей ресторанов с использованием методики «тайного покупателя»:

3.1 Опрос респондентов –посетителей ресторанов (выборка составляет 180 человек)

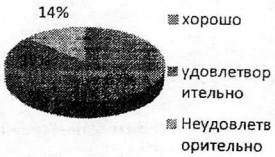

Рисунок 5 – Оценка респондентами качества услуг на предприятиях общественного питания

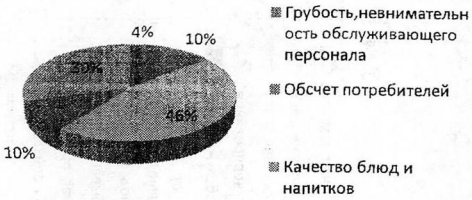

Рисунок 6 – Причины неудовлетворенности посетителей качеством услуг на предприятиях общественного питания

3.2 Опрос менеджеров ресторанов

Рисунок 7 – Оценка респондентами-менеджерами качества услуг

IV этап. Определение обобщающегося показателя качества услуг ресторанов:

4.1 Сплошное анкетирование посетителей ресторанов (180 человек). Разработанная автором анкета включает 8 вопросов по следующимосновным направлениям:

- частота посещения ресторана;
- качество сервиса;
- социометрические критерии.

4.2 Сбор и обработка данных.

4.3Анализ и оценка качества услуг по индексу потребительской удовлетворенностиосуществляется по следующей зависимости:

$$Q = Бi / \sum Бi * 100\%, \quad (3)$$

где Q - обобщающий коэффициент качества;

Бi - коэффициент значимости по критерию качества.

Оценка качества услуг по индексу потребительской удовлетворенности у ресторана «21век» составил -74,9%, а у ресторана «Золотая Вилка» - 87,4%, «Русь» -73,5%

Результаты комплексного анализа и оценка качества обслуживания посетителей ресторанов дали основание для выделения следующих недостатков:

- низкая квалификация персонала;
- неадекватное соотношение цены и качества;
- несовершенство системы контроля качества услуг;
- слабое использование современных методов управления качеством услуг.

Устранение этих недостатков создаст дополнительные условия для повышения качества услуг ресторанного бизнеса.

4. Определены направления и предложены организационные меры по совершенствованию механизма контроля в системе управления качеством услуг предприятий общественного питания. Разработана комплексная модель управления качеством услуг предприятий общественного питания.

Диверсификация потребностей потребителей предприятий общественного питания, объективно обусловливает необходимость постоянного расширения номенклатуры услуг и повышения их качества, т.е. процесс повышения качества услуг становится органической составляющей деятельности предприятий общественного питания.

В этих условиях в системе управления качеством услуг предприятий общественного питания превалирующей становится роль контроля качества услуг, тем более что на современном этапе права потребителей услуг контролируются законодательными нормами.

Как известно, субъектами контроля качества услуг на предприятиях общественного питания традиционно выступают государственные контролирующие органы и потребители, которые оценивают качество услуг, ориентируясь на потребительские предпочтения. Между тем, в современных условиях важную роль приобретает самооценка качества услуг (внутренний контроль).

Вовлечение персонала непосредственно в работу по контролю, выработке рекомендаций и разработке мероприятий по повышению качества услуг будет способствовать усилению конкурентных преимуществ предприятий общественного питания.

В таблице 6 представлены предлагаемые для контроля показатели качества услуг и субъекты оценки качества.

Таблица 6 – Показатели для контролякачества услуг напредприятиях общественного питания

№ п/п	Показатели для контроля качества услуг	Субъекты контроля		
		Государственные контролирующие органы	Потребители	Персонал Внутренний контроль
1	Показатель «безопасность блюд и напитков»	+	+	+
2	Показатель «ассортимент блюд и напитков»	-	+	+
3	Показатель «время обслуживания»	-	+	+
4	Показатель «условия обслуживания потребителей»	+	+	+
5	Показатель «эстетичность: внешний вид обслуживающего персонала»	-	+	+
6	Показатель «соответствие интерьера зала с концепцией предприятия»	-	+	+
7	Показатель «сервировка и оформление стола»	-	+	+
8	Показатель «оформление и подача кулинарной продукции»	-	+	+
9	Показатель «предоставление дополнительных услуг»	-	+	+

В диссертационном исследовании доказано, что наиболее продуктивно участие персонала в процессе самооценки качества услуг осуществляется в составе целевой группы, схема работы которой на предприятиях общественного питания представлена на рисунке 8.

Рисунок 8 – Схема процесса работы целевой группы по самооценке качества услуг на предприятиях общественного питания

Непосредственно процедура контроля качества услуг предприятий общественного питания с участием всех субъектов контроля включает четыре последовательных стадии:

Первая стадия: Определение масштабов контроля качества услуг.

Вторая стадия: Постановка вопросов, контролирующих качество услуг, включая сферу обслуживания предприятий общественного питания (склады, хранилища, технические службы и т.д.)

Третья стадия: Контроль. Действия. Оценка.

Четвёртая стадия: Постановка целей повышения качества услуг в программе контроля.

В диссертации определены содержание и организационные меры по реализации каждой из стадий процесса контроля качества услуг предприятий общественного питания, в том числе и в рамках программы контроля качества услуг. Основные из них:

- сохранение имеющихся клиентов и привлечение новых посетителей;
- оперативное реагирование на проблемы, связанные с качеством услуг, на основе развития системы отклика со стороны посетителей;
- постоянный мониторинг и контроль за мерами по повышению качества услуг;
- создание благоприятных условий для обучения и повышения квалификации персонала предприятия с учётом традиций в системе качества.

С учётом доминирующей роли контроля в системе управления качеством услуг предприятий общественного питания в диссертации предложена комплексная модель управления качеством услуг, предусматривающая взаимосвязь всех элементов: осязаемые и неосязаемые ощущения потребителей; оценку и контроль качества продукции (кухни); оценку и контроль качества обслуживания посетителей; качество управления как процесса целенаправленного воздействия на качество услуг; качество системы управления предприятием; результирующие внутренние и внешние критерии (рис. 9).

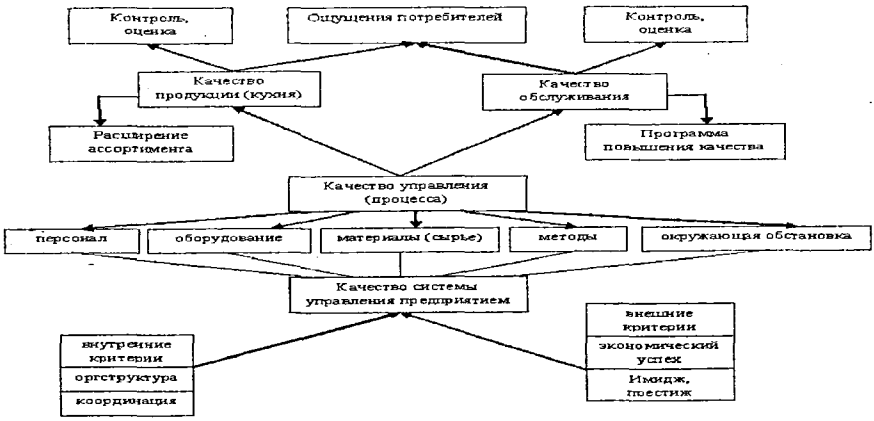

Рисунок 9 – Структурная схема комплексной модели управления качеством услуг предприятий общественного питания

Как показали результаты проведённого исследования, на результативность системы управления качеством услуг предприятий общественного питания влияют, главным образом, следующие факторы:

- удельный вес управленческого персонала и работников с высшим профильным образованием;

- средний образовательный уровень персонала;

- текучесть кадров;

- уровень автоматизации управленческих процессов.

Результативность системы управления качеством услуг предприятий общественного питания (К упр) определяется по формуле:

$$Куп р = \sum_{i=1}^{5} Li \frac{Пф i}{Пн i}, \quad (4)$$

где Li - весомость фактора качества системы управления предприятием ($\sum Li = 1{,}0$);

Пфi, Пні - соответственно фактическое и нормативное значение i-го фактора.

Результаты оценки системы управления качеством услуг предприятий общественного питания целесообразно использовать при разработке целевых программ и мероприятий по повышению качества услуг.

Предложенная модель может служить основой для разработки систем управления качеством услуг для всех видов предприятий общественного питания.

5. **Обоснованы направления повышения качества услуг предприятий общественного питания, определены мероприятии по их реализации и предложена методика оценки эффективности мероприятий по повышению качества услуг в сфере общественного питания.**

На основе обобщения направлений повышения качества услуг предприятий общественного питания в работе предложен комплекс мероприятий по их реализации (табл. 7).

Таблица 7 – Основные направления и мероприятия по повышению качества услуг предприятий общественного питания

Основные направления	Мероприятия	Характеристики
Совершенствование политики производства услуг	1. Расширение ассортимента услуг	В ассортимент меню включать национальные блюда, например, блюда греческой кухни – фасолада, софрито, сувлаки и др.
	2. Дополнительные услуги	Ввести предзаказ столиков, внесение депозита при оплате счета, оформление заказа на вынос и т.д.
	3. Предлагаемая версия шоу-программы	Проведение тематических вечеров, конкурсов, выступлений артистов и т.д.
Совершенствование ценовой политики	1. Цены в заведении	Ценовая политика должна быть ориентирована на основных конкурентов. Цены характеризуются как средние по данному сегменту услуг.
	2. Скидки с цены	Предоставление скидок постоянным посетителям, за большие заказы, а также при оформлении заблаговременного заказа
Совершенствование стадии реализации услуг	Использование «нулевого» канала при реализации услуг	Реализация услуг осуществляется напрямую конечным потребителям, т.е. основная цель включает максимальное удовлетворение их предпоцчений.
Повышение профессионального уровня персонала	1. Обучение персонала	Обучение персонала психологии и принципам эффективному производству услуг, этикету и принципам общения с посетителями, профессиональные тренинги.
	2. Мотивация персонала	Введение системы премирования сотрудников и системы штрафов. Контроль осуществлять в виде наличия и заключения книги жалоб и предложений от посетителей.
	3.Повышение имиджа персонала	Вежливость, коммуникативность, компетентность персонала, время обслуживания
Повышение эффективности управления предприятием	1.Повышение надежности и имиджа предприятия	Атмосфера предприятия, режим работы, дизайн помещения, комфортность, удовлетворительность и т.д.

Оценка эффективности мероприятий по повышению качества услуг предприятий общественного питания выполнена с использованием показателей, которые условно разделены на две группы:

- группа основных показателей;
- группа дополнительных показателей.

Перечень используемых показателей приведен в таблице 8.

Таблица8 – Показатели для оценки эффективности мероприятий по повышению качества услуг предприятий общественного питания

№	Показатели				Нормативное значение интегрального показателя эффективности
	Основные	Обозначение	Дополнительные	Обозначение	
1.	Ассортимент блюд и напитков	$Io_{(АБН)}$	Широта ассортимента	$Id_{(ША)}$	0,5-1,0
			Полнота ассортимента	$Id_{(ПА)}$	
			Глубина ассортимента	$Id_{(ГА)}$	
			Качество блюд и напитков	$Id_{(КБ)}$	
2.	Основная услуга	$Io_{(ОУ)}$	Ассортимент услуг	$Id_{(АУ)}$	0,5-1,0
			Качество услуг	$Id_{(КУ)}$	
3.	Дополнительные услуги	$Io_{(ДУ)}$	Время обслуживания	$Id_{(ВО)}$	0,5-1,0
			Оперативность официанта при подаче меню и оформлении заказа	$Id_{(ОМ)}$	
			Оперативность официанта при подаче блюд и напитков	$Id_{(ОБ)}$	
			Аккуратность и оперативность официанта в выполнении возможных просьб клиента	$Id_{(АКП)}$	
4.	Качество окружающей среды	$Io_{(КОС)}$	Удобство месторасположения	$Id_{(УМ)}$	0,5-1,0
			Удобство времени (режима) работы	$Id_{(УВР)}$	
			Уровень температуры в зале	$Id_{(УТЗ)}$	
			Уровень шума в зале	$Id_{(УШЗ)}$	
			Удобство парковки	$Id_{(УП)}$	
5.	Качество материального обеспечения	$Io_{(КМО)}$	Комфорт и современный дизайн интерьера	$Id_{(КДИ)}$	0,5-1,0
			Эстетика экстерьера	$Id_{(ЭЭ)}$	
			Соответствие технологического оборудования НИКОР.	$Id_{(СТО)}$	

6.	Культура обслуживания	$Io_{(ко)}$	Вежливость	$Id_{(в)}$	0,5-1,0
			Корректность	$Id_{(к)}$	
			Уровень культуры речи	$Id_{(кр)}$	
			Коммуникативность персонала	$Id_{(кп)}$	
			Соблюдение норм и требований внешнего вида	$Id_{(снв)}$	
			Наличие фирменного стиля	$Id_{(нфс)}$	
7.	Компетентность персонала	$Io_{(кп)}$	Соблюдение правил санитарии и гигиены	$Id_{(спс)}$	0,5-1,0
			Знание основного меню не менее 95% ассортимента	$Id_{(зм)}$	
			Знание барного меню не менее 95% виной карты	$Id_{(зв)}$	
8.	Ценовая политика	$Io_{(цп)}$	Доступность ценовых показателей	$Id_{(дцп)}$	0,5-1,0
			Соответствие цены и качества товаров и услуг	$Id_{(сцк)}$	
			Акции, бонусы, программы лояльности	$Id_{(абп)}$	

В диссертации определен порядок расчета коэффициентов эффективности по каждому из мероприятий.

Величина комплексного коэффициента эффективности мероприятий по повышению качества услуг предприятий общественного питания (ККЭ(мпку)) определялась по следующей формуле:

$$ККЭ(мпку)= (КЭЭ(абн)+ КЭЭ(поу)+КЭЭ(пду)+ КЭЭ(кос)+ КЭЭ(кмо)+ КЭЭ(ко)+КЭЭ(кп)+ КЭЭ(цп))/8, \quad (5)$$

где КЭЭ(абн) - коэффициент экономической эффективности предлагаемого ассортимента блюд и напитков;

КЭЭ(поу) - коэффициент экономической эффективности предлагаемых основных услуг;

КЭЭ(пду) - коэффициент экономической эффективности предлагаемых дополнительных услуг;

КЭЭ(кос) - коэффициент экономической эффективности компонентов окружающей среды предприятия;

КЭЭ(кмо) - коэффициент экономической эффективности материального обеспечения;

КЭЭ(ко) - коэффициент экономической эффективности сервисного обслуживания;

КЭЭ(кп) - коэффициент экономической эффективности компетентности персонала;

КЭЭ(цп) - коэффициент экономической эффективности ценовой политики.

Апробация предложенной методики на примере нижегородских ресторанов «Золотая Вилка» и «21 век» подтвердила правомерность ее использования не только для оценки

эффективности разработанных мероприятий по повышению качества услуг, но и для оценки ситуации в предприятиях общественного питания и выработки дополнительных мероприятий по повышению качества услуг конкретного предприятия.

На основе выполненных расчетов сделан обобщающий вывод о том, что предложенный комплекс мероприятий по повышению качества услуг и методика оценки их эффективности могут быть использованы предприятиями общественного питания всех типов и видов.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Основные выводы и предложения носят теоретический, методический и практический характер. Основные из них отражены в автореферате в процессе изложения материала.

СПИСОК РАБОТ,ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Сидякова, В.А. Системный подход к эффективности и качеству услуг в общественном питании [Текст]/В.А. Сидякова//Вопросы новой экономики. – 2013 – №1 (25) – С. 91-95 – 0,41 п.л.

2. Сидякова, В.А. Современный уровень эффективности качества услуг в Нижегородской области [Текст] /В.А. Сидякова, Н.В. Мордовченков //Экономика и предпринимательство –2013 – № 12 ч.2 – С.470-475 – 0,39 п.л.(в.т.ч авт.- 0,30)

3. Сидякова, В.А. Алгоритм взаимосвязи эффективности и качества услуг в общественном питании [Электронный ресурс] / В.А. Сидякова //Экономика: вчера, сегодня, завтра: электронный научный журнал. – 2014 – №1-2 – С.62-77 – 0,46п.л. URL: http://www.publishing-vak.ru/archive/economy.htm

Публикации в журналах и сборниках научных трудов, материалах конференций

4. Сидякова, В.А. Качество как экономическая категория объектов управления на предприятиях общественного питания [Текст] /В.А. Сидякова // Экономическое развитие страны: различные аспекты вопроса: материалы V Международной научно-практической конференции – г.Москва: 2012. – С.196-200 – 0,2 п.л.

5. Сидякова, В.А. Совершенствование качества услуг на предприятиях общественного питания [Текст] /В.А. Сидякова // Научная дискуссия: вопросы экономики и управления: материалы I Международной заочной научно-практической конференции – г.Москва: 2012. – Том 1.ч.1 – С.112-115 – 0,13 п.л.

6. Сидякова, В.А. Эффективность качества услуг в общественном питании [Текст] /В.А. Сидякова // Вестник НГИЭИ. Серия экономические науки. – Выпуск 5(12) – 2012. – С. 94-99. – 0,27 п. л.

7. Сидякова, В.А. Услуги предприятия общественного питания и их особенности [Текст] /В.А. Сидякова // Экономические науки в России и за рубежом: материалы IX Международной научно-практической конференции – г.Москва: 2012. – С.59-64 – 0,15 п.л.

8. Сидякова, В.А. Оценка экономического эффекта повышения качества услуг в общественном питании [Текст] /В.А Сидякова //Социально-экономические аспекты развития современного общества: материалы международной научно-практической конференции – г.Тамбов: 2012. – С.181-185 – 0,24 п.л.

9. Сидякова, В.А. Региональные аспекты повышения качества услуг на предприятиях общественного питания [Текст] /В.А Сидякова //Современная экономика: подходы, концепции, модели: материалы международной научно-практической конференции – г. Саратов: 2013. – С.168-170 – 0,13 п.л.

10. Сидякова, В.А. Управление качеством обслуживания в общественном питании, как показатель конкурентоспособности предприятия [Текст] /В.А. Сидякова //Вестник НГИЭИ. Серия экономические науки. – Выпуск 7(26). – С.116-122. – 0,33п. л.

11.Сидякова, В.А. Маркетинговые исследования ресторанов Нижнего Новгорода по определению качества услуг [Текст] /В.А Сидякова //Современные тенденции в экономике: материалы I Международной студенческой научно-практической конференции – Республика Молдавия, г.Комрат: 2012. – С.45-50 – 0,14 п.л

12. Сидякова, В.А. Роль качества услуг и обслуживания в ресторанном бизнесе [Текст] /В.А. Сидякова //Инновационное развитие экономики. Будущее России: Региональная научно-практическая конференция студентов и молодых ученых – г.Княгинино: НГИЭИ, – 2013. –С.232.-236 – 0,18 п. л.

13. Сидякова, В.А. Экономическая и социальная эффективность повышения качества услуг в общественном питании [Текст] /В.А. Сидякова //Интеграция мировых научных процессов как основа общественного прогресса: материалы международной научно-практической конференции – г.Казань: 2013. – С.319-323 – 0,17 п.л.

14. Сидякова, В.А. Комплексная система управления качеством услуг в общественном питании [Текст] /В.А. Сидякова // Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества: материалы III международной научно-практической конференции – г.Саратов: 2013. – С.145-147 – 0,15 п.л.

15. Сидякова, В.А. Основные проблемы качества труда персонала на предприятиях общественного питания [Текст] /В.А. Сидякова //Современное государство: проблемы социально-экономического развития: материалы III международной научно-практической конференции – г.Саратов: 2013. – С.81-85 – 0,18 п.л.

16. Сидякова, В.А. Особенности услуг предприятий общественного питания [Текст] /В.А. Сидякова //Экономическая наука в 21веке: вопросы теории и практики: Материалы IV Международной научно-практической конференции – г.Махачкала: 2014. – С.34-39 – 0,14п.л

Подписано в печать 12.01.2015.
Формат 60x90 1/16 Бумага писчая. Гарнитура Times New Roman.
Усл. печ. л. 1,00. Уч.-изд. л. 1,00.Тираж 100 экз. Заказ 1.

Отпечатано в ИПЦ НГИЭИ с оригинал-макета
606340, Нижегородская область, г. Княгинино, ул. Октябрьская, 22 а