

# снимите... пробу

## технология самооценки качества услуг на предприятиях общественного питания

*Конкурентоспособность предприятий общественного питания во многом определяется качеством оказываемых ими населению услуг. Одним из наиболее популярных и эффективных методов совершенствования деятельности предприятий общепита для повышения качества является самооценка. К ее преимуществам можно отнести относительную простоту, возможность проведения собственными силами, нацеленность на определение приоритетных областей деятельности предприятия по улучшению качества услуг.*

Для проведения самооценки качества услуг можно использовать один из трех вариантов организации процесса:

1. Инспектирование и оценка качества услуг отдельными работниками предприятия.
2. Оценка силами целевой группы, специально созданной из работников предприятия.
3. Оценка качества услуг путем анализа документации.

Сопоставление результатов оценки качества услуг на предприятиях общественного питания по приведенным вариантам выявило существенное различие в выводах. Наиболее высокий балл получен при инспектировании самими работниками предприятия, поскольку они не намерены чрезмерно критически относиться к результатам своей работы. Самый низкий балл имеет самооценка на основе независимой экспертизы документов. Наиболее эффективным оказался метод самооценки качества услуг силами целевой группы.

Это объясняется следующими обстоятельствами:

- всесторонняя оценка качества услуг и подробный отчет для потребителей могут быть завершены в наиболее короткий срок;
- возникающие у потребителей вопросы получают исчерпывающее разъяснение со стороны консультантов — членов целевой группы;

**Калашиникова С.А.**

*аспирантка  
Сочинского  
научно-  
исследовательского  
центра  
Российской  
академии наук*

– персонал предприятия непосредственно вовлекается в работу по анализу, выработке рекомендаций и разработке планов мероприятий для повышения качества услуг.

В ходе самооценки качества услуг могут проводиться интервью, анкетирование или применяться иные формы сбора информации от сотрудников о деятельности предприятия. Формирование анкеты должно осуществляться таким образом, чтобы на содержащиеся в них вопросы можно было получить ответы, подтверждающие примерами состояние работы предприятия, то есть производился бы сбор конкретных фактов, а не субъективных мнений. Анкета для самооценки качества услуг на предприятиях общественного питания может иметь следующую структуру:

**Часть 1. Сведения о предприятии питания.**

1. Полное наименование предприятия питания.
2. Форма собственности.
3. Наименование организации, подразделением которой является предприятие питания.
4. Профиль предприятия питания.
5. Адрес предприятия питания.
6. Описание концепции, цели создания.
7. Кухня предприятия питания: меню дня (пример); меню диетического стола (при наличии).
8. Персонал предприятия питания: количество работающих на предприятии питания (по каждой специальности); среднемесячная заработная плата повара, главного технолога; количество дипломированных специалистов.
9. Обслуживание клиентов: формы обслуживания, используемые на предприятии питания; формы привлечения клиентов; наличие и форма дотации на питание.
10. Технические и технологические характеристики предприятия питания:  
– виды и количество используемого технологического оборудования (оборудование для механической обработки, тепловое, холодильное, нейтральное);

**направления  
возможного  
совершенствования  
качества услуг  
вытекают  
из результатов  
самооценки**

– виды заготовочных предприятий по производству полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий;

– площади цехов, помещений (в том числе складских) и, в целом, предприятия;

– срок проведения последнего капитального ремонта;

– количество точек питания, число посадочных мест (на каждую точку питания и всего);

– количество торговых точек;

– количество человек, обслуживаемых предприятием питания, и процент охвата питанием.

11. Показатели развития предприятия (указываются основные показатели хозяйственной деятельности предприятия питания за последние два года; предприятия, работающие меньше указанного времени, представляют показатели за истекший период):

– темпы роста товарооборота (в %);

– среднее количество заказов в месяц и стоимость стандартного заказа (средняя сумма счета на одного посетителя);

– процент рентабельности пищевой продукции (отношение себестоимости к объему сбыта в %);

– производительность труда (отношение объема продаж к числу работающих).

## **Часть 2.** *Сведения о руководителе предприятия питания.*

1. Фамилия, имя, отчество.

2. Должность.

3. Дата рождения.

4. Периоды работы на данном предприятии и в отрасли.

5. Общественные и правительственные награды, премии, дипломы (перечислить).

## **Часть 3.** *Дополнительные материалы.*

1. Образцы меню, винной и других карт.

2. Копии газетных и журнальных публикаций о предприятии питания.

3. Копии дипломов, общественных и других наград, благодарственных писем.

4. Фотографии фасада и интерьера предприятия питания; сервированного стола.

**посетители  
предприятий  
общественного  
питания отдают  
предпочтение  
результатам  
оценки целевой  
группы**

### **Литература**

1. Аристов О.В. Управление качеством: учеб. пособие для вузов. – М.: ИНФРА, 2003. – 240 с.
2. Услуги общественного питания. Общие требования. [Текст]. – Введ. 1996-01-01.- М. : Издательство стандартов, 1996. ГОСТ Р 50764-95.
3. Федюкин В.К. Основы квалиметрии. Управление качеством продукции: учеб. пособие. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 2004. – 296 с.
5. Рекламная продукция и элементы фирменного стиля (при наличии). Результаты анкетирования обсуждаются и обобщаются членами группы по самооценке и отражаются в отчете. Подготовленный отчет представляется всем сотрудникам. По итогам процесса самооценки на предприятии общественного питания выделяются две-три области деятельности для улучшений. Для работы в этих областях деятельности организуются группы специальных рабочих под руководством сотрудников, назначенных администрацией и наделенных необходимыми полномочиями. Повторные циклы самооценки проводятся обычно через год, в ходе них работа повторяется в приведенной выше последовательности, особенно внимательно изучаются изменения в выделенных ранее областях. По итогам каждого цикла самооценки определяются новые области деятельности для улучшения. Результаты самооценки предприятия общественного питания могут быть использованы при составлении годовых планов работы, в процессе подготовке к прохождению процедур сертификации, при номинировании в конкурсах и программах в области качества, а также для поддержки имиджа предприятия в обществе или укрепления позиций на рынке услуг.

**pn**

**S.A. Kalashnikova,**

*Postgraduate student of Sochi NII (Research and Development Centre) of Russian Academy of Sciences*

**Performance self-rating procedure for public catering**

**T**he role of self-rating is showcased for the process of service quality management at public catering facilities. A procedure is proposed for self-rating the quality of services, based on a custom questionnaire developed for target groups being set up at public catering facilities.