

## АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИП «ШОУ-МАРКЕТ»)

О. А. Коробушенко

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Л. М. Короткевич

Услуги общественного питания являются важнейшим элементом социальной сферы, играющим большую роль в повышении эффективности общественного производства и соответственно росте жизненного уровня населения. Как показывает опыт, экономические преобразования последних лет не только не улучшили сервис, но и привели в ряде случаев к снижению качества обслуживания. Особенно это ощущают на себе иностранные туристы. Потому немаловажное значение должно придаваться анализу качества процесса обслуживания потребителей, выявлению недостатков и разработке мероприятий по его совершенствованию.

Для оценки качества логистического обслуживания анализируются наиболее значимые показатели обслуживания. В целом уровень обслуживания определяется путём оценки и взвешивания каждого показателя.

Процедура оценки качества логистического обслуживания включает:

- измерение процесса логистического обслуживания во избежание сбоев и неудовлетворённости клиентов;
- внутренний аудит как составную часть комплекса измерений;
- конечную оценку уровня обслуживания работниками, непосредственно взаимодействующими с клиентами (внешний аудит).

Работники, непосредственно контактирующие с внешними клиентами, являются важным источником данных, позволяющих адекватно оценить качество обслуживания.

Целью процедуры постоянной оценки и определения степени удовлетворённости клиентов является установление возможных результатов и их вероятного воздействия на развитие бизнеса.

Нами была произведена оценка качества процесса обслуживания потребителей на примере ИП «Шоу-Маркет».

К наиболее важным комплексным показателям оценки качества логистического обслуживания были выбраны доступность, функциональность и надёжность.

Доступность означает наличие запасов для бесперебойного удовлетворения потребностей клиентов. Доступность запасов отражает способность поставлять продукцию клиентам тогда, когда нужно. Она обеспечивается различными способами, в частности накоплением запасов в ожидании заказов.

Доступность в свою очередь определяется двумя показателями: вероятностью возникновения дефицита запасов, рассчитываемого по формуле (1) и полнотой охвата заказами, рассчитываемого по формуле (2). Эти показатели характеризуют способность системы логистического обслуживания удовлетворять особые потребности клиентов в запасах.

$$\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{Q_{н_i}}{Q_{общ_i}} \cdot 100 \%, \quad (1)$$

где  $P(Q)$  – вероятность дефицита;  $Q_{ni}$  – количество заказов  $i$ -го клиента, не удовлетворённых наличными запасами за определённый промежуток времени;  $Q_{\text{общ}i}$  – общее количество заказов  $i$ -го клиента за тот же период;  $n$  – общее число клиентов.

$$\Pi_{\text{охв}} = \sum_{i=1}^k H_i, \quad (2)$$

где  $\Pi_{\text{охв}}$  – полнота охвата заказами;  $H_i$  – количество случаев за определённый промежуток времени, когда все запасы предприятия по  $i$ -му виду продукции заказаны клиентами;  $k$  – количество наименований продукции.

Значение показателя вероятности дефицита для ИП «Шоу-Маркет» составляет 95,4 %. Следовательно, из общего количества заказов за месяц количество не удовлетворённых наличными запасами составляет 6,4 %. Однако данный показатель не учитывает то, что наличие одних видов продукции может иметь большее значение для клиента в сравнении с другими.

Полнота охвата заказами показывает, как часто возникает ситуация, когда все запасы заказаны клиентами. Для расчета данного показателя нами использовались стоп-листы, необходимые для регистрации блюд по кухне (холодные закуски, горячие блюда, десерты) и напитков по бару, которые отсутствуют, т. е. все заказаны клиентами. Данные стоп-листы заполняются в течение дня ежедневно. Анализ показал, что 9 раз в месяц оказывается ситуация, когда все запасы по некоторым видам блюд или напитков заказаны клиентами.

Рассмотрим показатель функциональности, характеризующий способность системы логистического обслуживания поддерживать ожидаемые сроки и приемлемую гибкость операций. Этот показатель рассматривается с точки зрения клиентов и, в свою очередь, определяется такими показателями, как степень удовлетворения ожиданий клиента по времени логистического обслуживания, гибкость, уровень недостатков логистического обслуживания.

Степень удовлетворения ожиданий клиента по времени логистического обслуживания показывает способность совершить все необходимые действия для исполнения заказа в предусмотренные сроки и рассчитывается по формуле (3).

$$T = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{t_{\text{ож}i}}{t_{\text{ф}i}}, \quad (3)$$

где  $T$  – степень удовлетворённости ожиданий клиента по времени выполнения заказа;  $t_{\text{ож}i}$  – время выполнения заказа, ожидаемого  $i$ -м клиентом;  $t_{\text{ф}i}$  – фактическое время выполнения заказа  $i$ -го клиента;  $n$  – общее число клиентов.

Анализ данного показателя для ИП «Шоу-Маркет» показал, что фактическое время выполнения заказов на блюда и напитки не соответствует ожиданиям клиентов: на аперитив и холодную закуску больше ожидаемого соответственно на 17,9 % и 13,1 %, на горячее блюдо и десерт больше ожидаемого соответственно на 13,7 % и 9,5 %. Это объясняется спецификой и сложностью приготовления блюд, отсутствием заготовок продуктов для приготовления того или иного блюда, выпиской бланков заказа на бар и кухню официантом вручную.

Фактическое время ожидания счета больше на 51,5 %, чем ожидают клиенты. Это говорит о том, что данному фактору руководство клуба не уделяет внимания.

Если время выполнения заказа на блюда в клубе стандартизировано, то на времени ожидания счета клиентом совсем не акцентируется внимание. Кроме того, немаловажное значение имеет тот фактор, что выписка и подсчет счета официантами осуществляется вручную.

Под гибкостью понимается способность системы логистического обслуживания к быстрой и адекватной адаптации к меняющимся условиям клиентов. Данный показатель определяется по формуле (4).

$$F = \frac{Q_{уд.}}{Q_{тр.}}, \quad (4)$$

где  $F$  – гибкость логистических операций;  $Q_{уд.}$  – количество удовлетворенных требований;  $Q_{тр.}$  – количество обращений клиентов о предоставлении им дополнительных услуг.

Для расчёта показателя гибкости логистических операций учитываются такие дополнительные услуги, как заказ стола заранее, изменение системы предоплаты, изменение условий заказа. Данный показатель для ИП «Шоу-Маркет» составляет 86 %. Следовательно, способность системы логистического обслуживания к быстрой и адекватной адаптации к меняющимся условиям клиентов составляет 86 %.

Ещё одним показателем, применяемым при оценке качества логистического обслуживания, является уровень недостатков обслуживания, который определяется по формуле (5).

$$Y = \frac{Q_{пр.}}{Q_{общ.}}, \quad (5)$$

где  $Y$  – уровень недостатков логистического обслуживания;  $Q_{пр.}$  – количество заказов, по которым поступили претензии со стороны клиентов;  $Q_{общ.}$  – общее количество заказов.

Уровень недостатков отражает вероятность возникновения сбоев в процессе логистического обслуживания, в частности поставки непригодной или дефектной продукции, ошибок в подборе ассортимента, неправильного оформления документов. Клиенты должны обслуживаться с наименьшим числом ошибок, несоответствий и сбоев. Для этого анализируются допущенные ошибки, а процесс логистического обслуживания постоянно совершенствуется. Тем не менее, как бы хорошо ни была налажена логистическая деятельность, недостатки и сбои всё равно будут иметь место. Обеспечить и поддержать требуемый уровень логистического обслуживания в любых ситуациях – задача не из лёгких. Анализ показал, что в ИП «Шоу-Маркет» имеют место претензии от клиентов по качеству и вероятность возникновения сбоев в процессе обслуживания составляет 1,6 %.

Важным критерием, позволяющим оценить систему обслуживания, является уровень сервиса, который рассчитывается по формуле (6).

$$Y_c = \frac{T_o}{\Phi_o} \cdot 100 \%, \quad (6)$$

где  $U_c$  – уровень сервиса;  $T_o$  – количественная оценка теоретически возможного объема сервиса;  $\Phi_o$  – количественная оценка фактически оказываемого объема сервиса.

Данный показатель для рассматриваемого предприятия составляет 96,4 %.

Общий уровень логистического обслуживания ИП «Шоу-Маркет» меньше уровня, ожидаемого клиентами на 19,7 %.

Основными недостатками в процессе обслуживания населения ИП «Шоу-Маркет» является то, что на сегодняшний день основной персонал – официанты, имеющие непосредственный контакт с клиентурой, не подготовлены к разрешению конфликтных ситуаций.

Проанализировав и оценив ситуацию по управлению логистическим сервисом в зале, приходим к выводу о недостаточно полном управлении: отсутствует контроль за процессом логистического обслуживания, не проводится анализ причин возникновения недостатков логистического обслуживания, не принимаются меры по их устранению.