



## Управление качеством обслуживания на предприятии общественного питания

**Чаусов Н.Ю.**, доцент кафедры экономики и управления, к.э.н., доцент,  
Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, Калуга,  
Россия

**Власенков А.А.**, студент, Калужский государственный университет  
им. К.Э. Циолковского, Калуга, Россия

**Аннотация.** В данной статье исследуются особенности управления качеством обслуживания на предприятии общественного питания. Проанализированы системы контроля над качеством и стандартизация процесса предоставления услуг, а также контроля степени удовлетворенности клиентов обслуживанием посетителей ресторана «Остерия». Обобщены и представлены выводы, касающиеся возможных направлений совершенствования системы управления качеством в рассматриваемом ресторане. Рекомендовано обратить внимание на совершенствование системы обучения персонала, внедрения системы социальной ответственности, увеличения числа официантов в период пиковой нагрузки. Такие меры положительно скажутся на конкурентных преимуществах заведения, а также величине его чистой прибыли.

**Ключевые слова:** качество услуги, качество обслуживания, ресторанный бизнес, персонал, удовлетворенность потребителей.

### **Service quality management at a catering company**

**Chausov N.Yu.**, Associate Professor of the Department of Economics and Management, PhD, Associate Professor, Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky, Kaluga, Russia

**Vlasenkov A.A.**, Student,

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky, Kaluga, Russia

**Annotation.** This article examines the features of service quality management at a catering company. The quality control systems and standardization of the process of providing services, as well as monitoring the degree of customer satisfaction with the customer service of the restaurant «Osteria» are analyzed. The conclusions concerning possible directions of improvement of the quality management system in the restaurant under consideration are summarized and presented. It is recommended to pay attention to the improvement of the personnel training system, the introduction of a social responsibility system, and an increase in the number of waiters during peak load. Such measures will have a positive impact on the competitive advantages of the institution, as well as the amount of its net profit.

**Key words:** service quality, service quality, restaurant business, staff, customer satisfaction

**Введение.** Современный ресторанный бизнес совершенно невозможно представить без учета такого важнейшего показателя, как «удовлетворенность», характеризующаяся, как степень совпадения свойств товара или работ, услуг, оказываемых организацией, субъективно воспринимаемым ожиданиям потребителя, связанным с таким товаром, работой или услугой.<sup>1</sup> От величины удовлетворенности зависит размер прибыли, которую предприятие общественного питания сможет получить по окончании каждого отчетного периода. Имеется в виду, что от уровня удовлетворенности зависят такие факторы, как: захочет ли потребитель заплатить за товар, работу и воспользоваться услугой данного учреждения общественного питания; захочет ли вернуться вновь; захочет ли порекомендовать ресторан другим лицам. Это обуславливает постоянное внимание администраций предприятий общественного питания проблеме удовлетворенности посетителей.

---

<sup>1</sup> Воловская Н.М., Уличев А.С. Удовлетворенность потребителей продуктом (по материалам маркетингового исследования) [Текст] // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №5-1. – С. 105.

На фактор удовлетворенности потребителей ресторанного бизнеса оказывает влияние большое количество обстоятельств, например, качество закупаемых продуктов, качество готовых блюд, атмосфера в заведении, качество обслуживания, в том числе, оперативность, вежливость, внимательность, заинтересованность сотрудников ресторана и так далее. Исследования показывают, что выигрывают предприятия, обеспечивающие комплексный подход к управлению качеством: от обеспечения качества закупаемого сырья и выбора поставщиков, работающих на основе принципов управления качеством,<sup>2</sup> обеспечения всей цепочки управления ресурсами предприятия,<sup>3</sup> в том числе материальными, обеспечения эффективной деятельности организации общественного питания,<sup>4</sup> в том числе путем создания эффективного управления бизнес-процессами<sup>5</sup> до информационного сопровождения функционирования организации путем освещения ее деятельности средствами продвижения товара.<sup>6</sup> На каждом из указанных обстоятельств, организация должна фокусировать свое внимание, стараясь его улучшить. Непосредственно в данном исследовании детальнее будет рассмотрен один из факторов, влияющих на уровень удовлетворенности потребителей – качество обслуживания, являющийся одним из наиболее важных, поскольку от того, как персонал встретит и обслужит гостя, зависит насколько потребитель останется довольным и захочет ли он посетить ресторан в другой раз.<sup>7</sup>

**Результаты исследования.** Прежде чем детальнее рассматривать такое понятие, как «качество обслуживания», первоначально необходимо остановиться на изучении такого термина, как «качество» в целом. Важно отметить, что рассматриваемое понятие появилось в научных исследованиях

---

<sup>2</sup> Замятин, А.Н. Разработка системы менеджмента качества и безопасности молочной продукции на основе принципов НАССР / А.Н. Замятин, А.А. Мигел, Н.Ю. Чаусов // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Т. 3, № 1. – С. 103-107.

<sup>3</sup> Круглов, В.Н. Некоторые аспекты управления материальными ресурсами / В.Н. Круглов, А.А. Мигел // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. – 2014. – № 4. – С. 91-92.

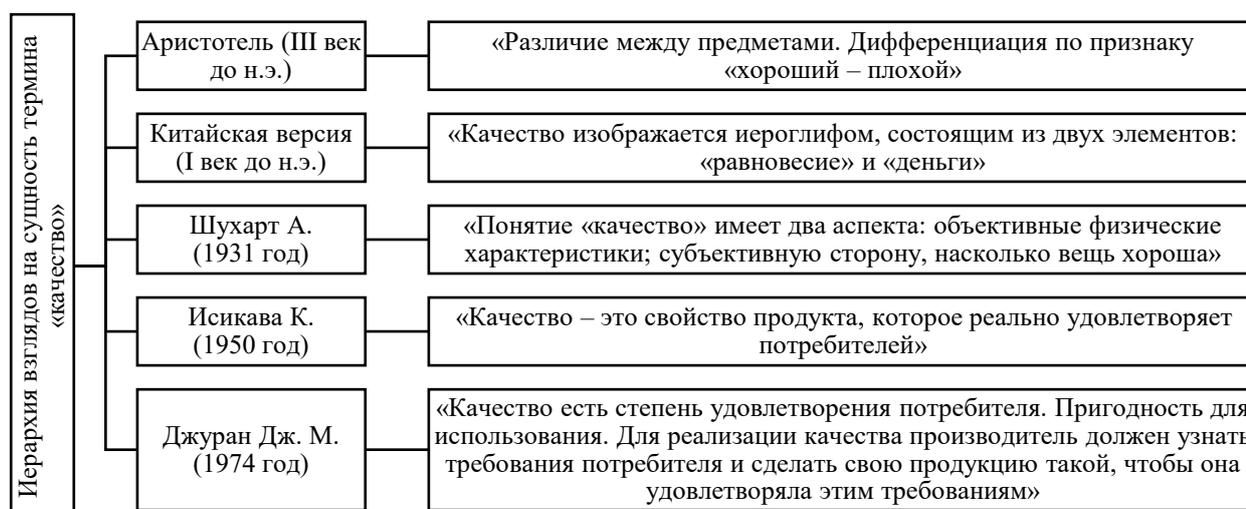
<sup>4</sup> Нефедов, А.Н. Совершенствование деятельности организации общественного питания / А.Н. Нефедов, Н.Ю. Чаусов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 5-2(87). – С. 215-219.

<sup>5</sup> Захаров, П.Г. Оценка и направления улучшения системы менеджмента бизнес-процессов коммерческой организации / П. Г. Захаров, А.А. Мигел // Modern Economy Success. – 2020. – № 2. – С. 197-204.

<sup>6</sup> Медведева, О.С. Роль рекламы в продвижении и продаже товаров / О.С. Медведева, А.Н. Пархоменко // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2021. – № 5(36). – С. 24-27.

<sup>7</sup> Давыдов А.С., Артемова С.Ф. Управление качеством обслуживания в ресторане // E-Scio. – 2019. – С. 2.

ученых уже сравнительно давно, в частности, предпосылки его существования отмечались еще в III веке до нашей эры. Нами не ставилась задача подробного рассмотрения эволюции системы управления качеством. На рис. 1, составленном на основе обобщения взглядов на сущность термина «качество», представлены ключевые характеристики понятия, имевшие место в различные периоды - от абсолютистского подхода к товару или услуге по принципу «хороший-плохой» до дифференцированного в отношении запросов потребителей.<sup>8</sup>



**Рис. 1 – Некоторые взгляды на сущность термина «качество»**

В настоящее время, действующие нормативные правовые акты, а также современная научная литература также содержит в себе исчерпывающее количество трактовок изучаемого термина. Ключевые, по нашему мнению, из них представлены на рис. 2, отражающие его понимание с позиций философии (Никифоров А.Л., Грицанов А.А.<sup>9</sup>), управленческой науки (Эльбиева Л.Р., Садилова А.Б., Исакова Б.Л.<sup>10</sup>) и представленные в нормативных документах.<sup>11</sup> В целом, изучение этих и других определений рассматриваемого понятия дает

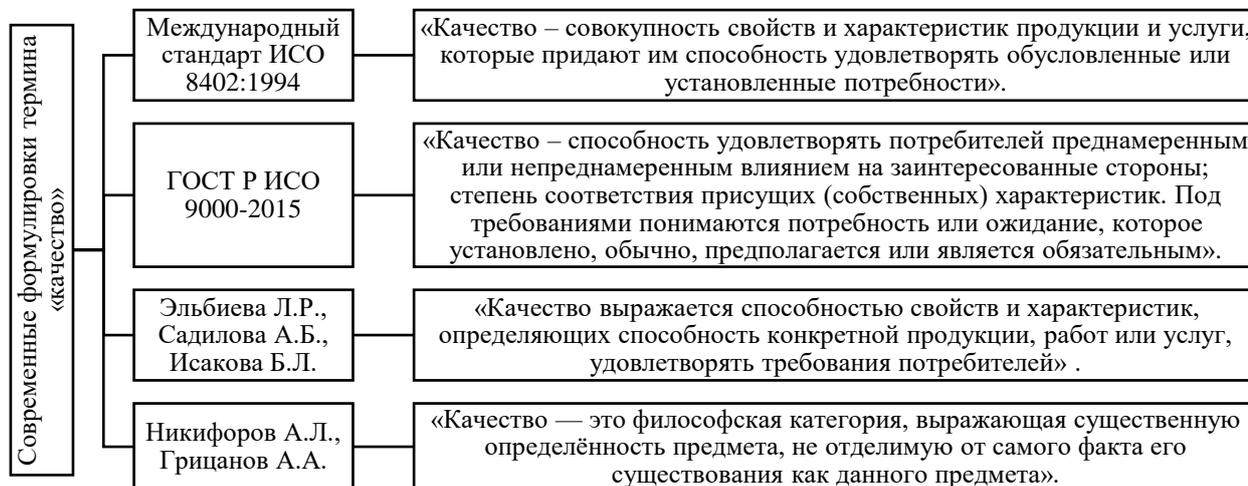
<sup>8</sup> Операционный менеджмент: учебник / коллектив авторов; под ред. А.В. Трачука. – 2-е изд., перераб. – Москва: КНОРУС, 2020. – с. 128.

<sup>9</sup> Никифоров А.Л., Грицанов А.А. Качество / Гуманитарных портал: Концепты [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 2022. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/concepts/6884> (дата обращения: 20.01.2023).

<sup>10</sup> Эльбиева Л.Р., Садилова А.Б., Исакова Б.Л. Теоретические аспекты управления качеством продукции [Текст] // Индустриальная экономика. – 2022. – №3. – С. 639-643.

<sup>11</sup> ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 №1390-ст) // М.: Стандартинформ, 2015. – 48 с. Международный стандарт ИСО 8402:1994 Управление качеством и обеспечение качества – Словарь [Электронный ресурс] : Введ. 1994-04-01. – Applications. – Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/standard/20115.html> (дата обращения: 01.06.2023).

нам возможность прийти к выводу, что все современные трактовки рассматриваемого понятия сводятся к тому, что качество представляет собой совокупность свойств и признаков услуг или процессов, которые обуславливают степень их пригодности для использования по назначению.



**Рис. 2 – Современные формулировки термина «качество»**

Давыдянц Д.Е., Остапенко Е.А., Скребцова Т.В.<sup>12</sup> выделяют нижеследующие разновидности качества.

1. Техническое качество – все, что получает и потребляет клиент. Например, в сфере ресторанного бизнеса, данный вид качества может быть выражен скоростью подачи блюда гостю, качеством его приготовления. Техническое качество – это то, что потребитель можно реально ценить или измерить.

2. Функциональное качество – процесс предоставления товара или услуги. В качестве примера можно привести поведение официанта при взаимодействии с клиентом. Функциональное качество может существенным образом влиять на восприятие потребителем предприятия, а в некоторых случаях даже стать решающим, так, например, даже хорошо приготовленное блюдо может быть испорчено грубым отношением персонала к клиенту.

3. Социальное качество – качество культуры, которое формируется с помощью поведения сотрудников предприятия общественного питания по

<sup>12</sup> Давыдянц Д.Е., Остапенко Е.А., Скребцова Т.В. К определению понятий «услуга» и «качество услуги» [Текст] // KANT. – 2019. – №1 (30). – С. 280.

отношению к гостям. Критериями данного качества являются такие личностные качества персонала, как дружелюбие, отзывчивость и любезность.

4. Общественное качество – качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем услуг перед покупкой, и нередко такое качество не представляется возможным оценить после приобретения товара или услуг.

Представленная классификация качества указывает на высокую важность одного из элементов рассматриваемого экономического явления – качество услуги, которое представляет собой возможность заложенных в него потребительских свойств удовлетворять потребности или ожидания потребителей на уровне не ниже, обеспечивающего безопасность потребления.

В действующих нормативных актах Российской Федерации также раскрывается рассматриваемое понятие, в частности, ГОСТ Р 50546-2012 содержит следующее определение «Качество услуги – совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителей.<sup>13</sup>

Качество обслуживания представляет собой близкое к предыдущему понятие, которое можно описать, как совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, которые обеспечивают удовлетворение установленных и предполагаемых потребностей. Такое качество характеризуют следующие основные факторы:

1. Сложность реального определения качества обслуживания, в результате отсутствия материальной формы продукта.

2. Фактическая оценка качества обслуживания происходит в результате сопоставления потребителем его субъективных ожиданий и произошедшей реальности после предоставления услуг.

3. Оценка качества обслуживания во многом зависит не только от конечного результата, но и непосредственного от содержания самого процесса оказания персоналом услуг тому или иному потребителю.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> ГОСТ Р ИСО 50646-2012. Услуги населению. Термины и определения. (утв. и введен. Приказом Росстандарта от 29.11.2012 №1612-ст) [Текст] // М.: Стандартинформ, 2014. – 8 с.

<sup>14</sup> Володченко В.С., Ланцова Д.С., Миронова Т.А. Факторы, влияющие на качество обслуживания клиентов на предприятиях

Управление качеством обслуживания, в свою очередь, представляет собой деятельность, направленную на соблюдение ключевых требований, предъявляемых к качеству реализуемых процессов. Если рассматривать требования, предъявляемые непосредственно к качеству обслуживания на предприятиях общественного питания, то здесь необходимо обратиться к положениям ГОСТ 31984-2012, которое включает такие ключевые требования, как: социальная адресность; функциональная пригодность; безопасность; эргономичность; эстетичность; информативность; гибкость.<sup>15</sup>

Управление качеством обслуживания предполагает наличие управленческих систем на предприятии ресторанного бизнеса, которые контролирует процессы организации и предоставления услуг. В частности, наиболее часто встречаемыми в российской практике можно назвать системы: подбора кадров и их обучения; поддержки уровня удовлетворенности сотрудников работой; контроля над качеством и стандартизации процесса предоставления услуг; контроля производительности труда; контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания и так далее.

Рассматриваемый непосредственно в данном исследовании ресторан «Остерия», представляющий собой ресторан итальянской кухни, находящийся в городе Калуга, активно использует некоторые из названных выше систем управления качеством обслуживания. Так, например, изучаемое предприятие общественного питания имеет хорошую материальную базу, квалифицированный персонал. Внутри ресторана создана обстановка высокой заинтересованности работников результатами собственного труда. Данного обстоятельства удалось достичь в результате наличия в деятельности организации, прежде всего, системы поддержки и удовлетворенности персонала. Так, в настоящее время ресторан предлагает своим сотрудникам бесплатное корпоративное питание, систему скидок во все заведения компании, а также

---

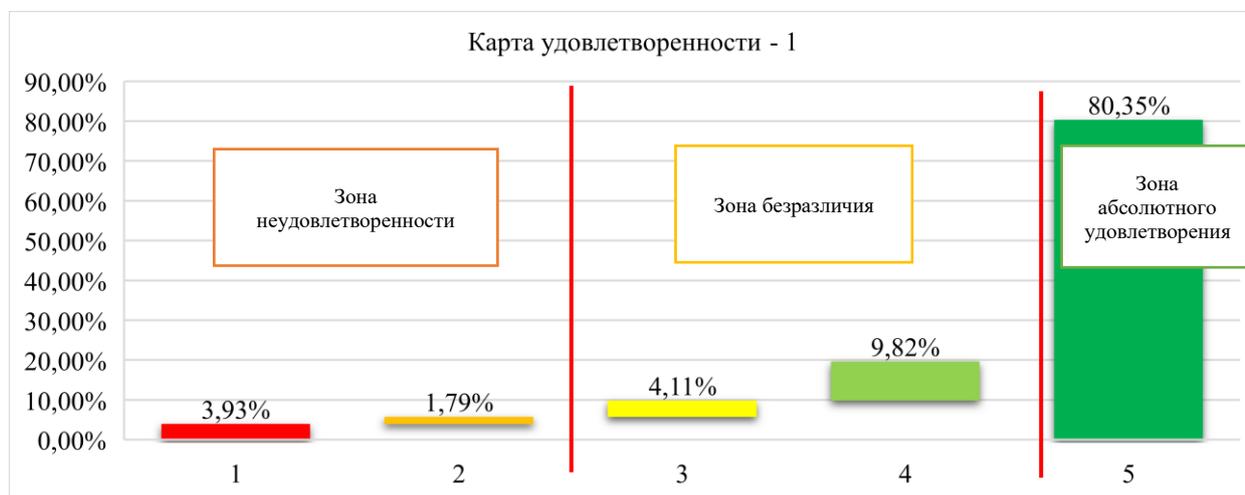
сервиса [Текст] // Вопросы науки и образования. – 2020. – С. 16.

<sup>15</sup> ГОСТ 31984-2012. Услуги общественного питания. Общие требования (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 №192-ст) [Текст] // М.: Стандартинформ, 2014. – 8 с.

доставку с работы до дома.<sup>16</sup>

Кроме того, в деятельности изучаемого предприятия общественного питания активно внедрены системы контроля над качеством и стандартизация процесса предоставления услуг, а также контроля степени удовлетворенности клиентов обслуживанием. В частности, последняя система включает в себя комплекс таких методов, как: наблюдение за процессом взаимодействия; анализ жалоб посетителей; анализ отзывов о ресторане в сети Интернет.

С целью определения уровня удовлетворенности потребителями ресторана «Остерия» качеством обслуживания произведем соответствующий контент-анализ, основанный на обобщении реальных отзывов об организации в сети Интернет. Так, согласно данным, опубликованным на сервисе Яндекс.Карты за все время существования изучаемого заведения, потребителями было оставлено 560 отзывов с оценками именно об качестве обслуживания в ресторане, из которых: 450 отзывов с оценкой 5; 55 отзывов с оценкой 4; 23 отзыва с оценкой 3; 10 отзывов с оценкой 2; 22 отзыва с оценкой 1.<sup>17</sup> Непосредственно сама карта удовлетворенности представлена на рис. 3.



**Рис. 3 – Карта удовлетворенности – 1**

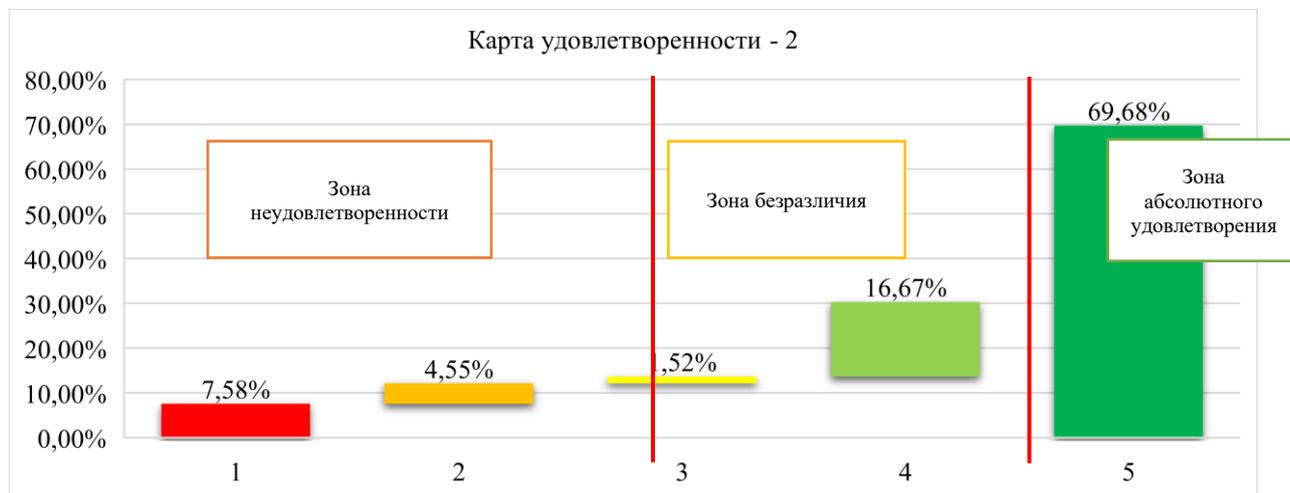
Источник: Составлено автором на основе данных аналитических сервисов

Также составим еще одну карту удовлетворенности потребителей ресторана «Остерия» на основе анализа отзывов, опубликованных на сервисе в

<sup>16</sup> Официальный сайт ресторана OSTERIA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.osteria-kaluga.ru/info/about> (дата обращения: .01.06.2023).

<sup>17</sup> OSTERIA [Электронный ресурс] // Яндекс.Карты. – Режим доступа: <https://yandex.ru/maps/org/osteria/191097786266/reviews/?ll=36.248673%2C54.515727&reviews%5Baspect%5D=3502044050&z=6> (дата обращения: 01.06.2023).

период с 01.10.2022 года по 20.01.2023 года. Всего за данный период времени было опубликовано 66 отзывов о качестве обслуживания в заведении, из которых 46 отзывов имеют оценку 5; 11 отзывов имеют оценку 4; 1 отзыв имеет оценку 3; 3 отзыва имеют оценку 2; 5 отзывов имеют оценку 1 (рис. 4) [13].<sup>18</sup>



**Рис. 4 – Карта удовлетворенности – 2**

Источник: Составлено автором самостоятельно на основе данных аналитических сервисов

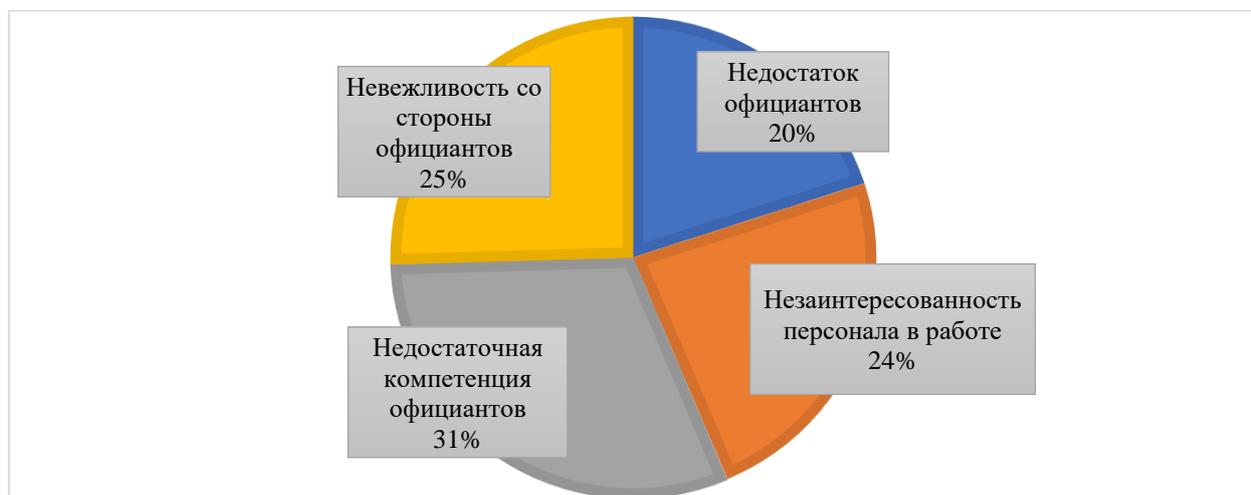
Рассматривая данные приведенных выше двух рисунков, можно отметить достаточно существенное различие в уровне удовлетворенности со стороны потребителей, что может объясняться тем, что в связи с новогодними праздниками в ресторане отмечалась высокая загруженность ресторана, в результате чего персоналу сложнее было удовлетворить потребности всех клиентов сразу. По итогам последних четырех месяцев работы рассматриваемого предприятия общественного питания, средневзвешенный уровень удовлетворенности потребителя составил всего 4,29, против 4,61 за весь срок работы ресторана.

За период 01.10.2022-20.01.2023 года доля абсолютно удовлетворенных потребителей составила всего 69,68%, против 80,35%, зафиксированных на весь срок работы заведения. Данное обстоятельство указывает на необходимость выявления недостатков и преимуществ ресторана в сфере обслуживания клиентов, которые в конечном итоге позволят повысить уровень

<sup>18</sup> OSTERIA [Электронный ресурс] // Яндекс.Карты. – Режим доступа: <https://yandex.ru/maps/org/osteria/191097786266/reviews/?ll=36.248673%2C54.515727&reviews%5Baspect%5D=3502044050&z=6> (дата обращения: 01.06.2023).

удовлетворенности.

Для выявления основных преимуществ и недостатков системы обслуживания ресторана «Остерия» также воспользуется сервисом Яндекс.Карты и проанализируем все отзывы за период 01.10.2022-20.01.2023 года. На данном сервисе абсолютно любой пользователь, посетивший заведение, может рассказать о своем опыте, проставив оценку от 1 до 5 звезд. Также такой пользователь имеет возможность описать преимущества, недостатки, а также оставить комментарий. Жалобы являются важным фактором, определяющим решение потребителя о повторном посещении ресторана. Кроме того, негативные отзывы, опубликованные в открытом доступе, могут негативно сказаться на репутации предприятия и отпугнуть потенциальных клиентов, поэтому чрезвычайно важно реагировать на отзывы своих клиентов и разрешать их проблемы. На рис. 5 продемонстрированы основные недостатки ресторана «Остерия», которые были выявлены на основе анализа отзывов о качестве обслуживания в ресторане.



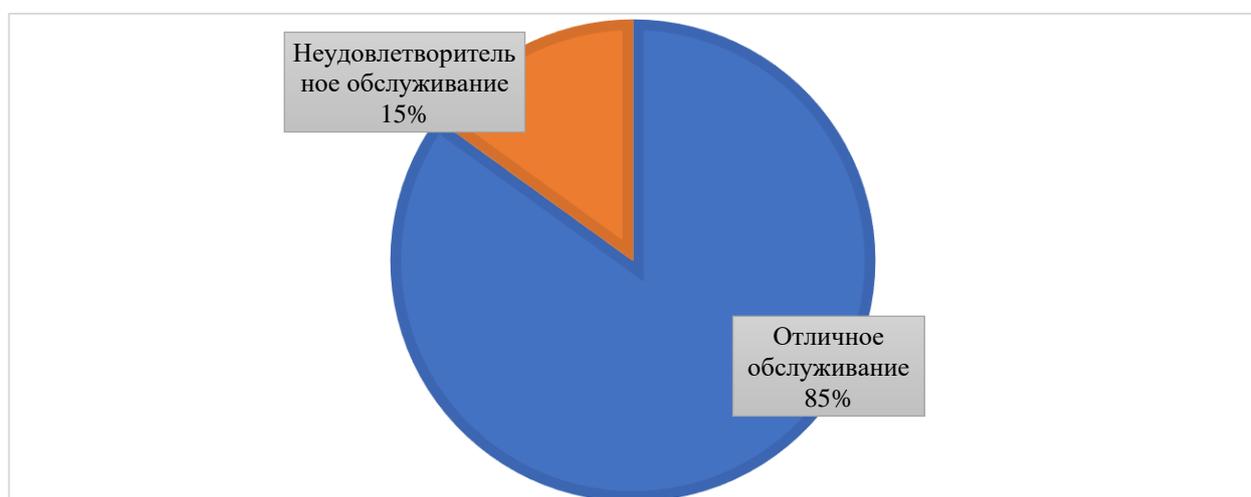
**Рис. 5 – Выявленные недостатки обслуживания в ресторане «Остерия»**

Источник: Составлено автором самостоятельно на основе данных аналитических сервисов

Данные рисунка свидетельствуют о том, что основным недостатком обслуживания с рассматриваемом ресторане выступает недостаточная компетенция официантов. Такой недостаток выделили 31% всех оставивших отзывы пользователей. В частности, потребители больше всего жаловались на невозможность официантов дать четкий ответ по меню. Невежливость со

стороны официантов, а также незаинтересованность персонала в работе являются также весомыми недостатками системы обслуживания в рассматриваемом ресторане. В частности, на наличие таких проблем указали 25% и 24% лиц, оставивших отзывы, соответственно. Положительным опытом устранения этого недостатка может стать внедрение системы социальной ответственности.<sup>19</sup> Наименьшее количество лиц указало на наличие такой проблемы, как недостаток официантов – 20%. В частности, большинство потребителей жаловалось на длительное ожидание.

Для сопоставления данных, к выявленным недостаткам, также оценим долю клиентов ресторана «Остерия», которые в своем отзыве указали на отличное обслуживание (рис. 6).



*Рис. 6 – Доля лиц, выделивших отличное обслуживание в ресторане «Остерия»*

Источник: Составлено автором самостоятельно на основе данных аналитических сервисов

Данные рисунка свидетельствуют о том, что абсолютное большинство (85%) лиц, оставивших позитивный отзыв на сервисе Яндекс.Карты о качестве обслуживания в ресторане «Остерия» сделали вывод о том, что такое обслуживание находится на высоком уровне.

**Заключение.** Таким образом, на основе произведенного контент-анализа было установлено, что на текущий период времени потребители ресторана

<sup>19</sup> Чаусова, Л. А. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентной среды организации / Л. А. Чаусова // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, Калуга, 17 февраля – 02 2015 года. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, 2015. – С. 196-200.

«Остерия» имеют сравнительно высокий уровень удовлетворенности (4,61 звезды, согласно с данными Яндекс.Карты). Произведенный анализ позволил отметить наиболее слабые и сильные стороны рассматриваемого субъекта хозяйствования. В настоящее время ресторану необходимо обратить внимание на совершенствование системы обучения персонала при контакте с гостями, в частности, рекомендуется проведение стажировок, адаптирующихся тренингов, внедрение ежеквартальных тренингов на знание стандартов обслуживания и так далее, внедрение системы социальной ответственности. Кроме того, необходимо рассмотреть варианты увеличения числа официантов в период пиковой нагрузки, в частности, на праздники. Такие меры позволят ликвидировать существующие в настоящее время факторы, снижающие качество обслуживания в ресторане «Остерия», что в свою очередь, положительно скажется на конкурентных преимуществах заведения, а также величине его чистой прибыли.

#### **Библиографический список:**

1. ГОСТ Р ИСО 50646-2012. Услуги населению. Термины и определения. (утв. и введен. Приказом Росстандарта от 29.11.2012 №1612-ст) [Текст] // М.: Стандартиформ, 2014. – 8 с.
2. ГОСТ 31984-2012. Услуги общественного питания. Общие требования (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 №192-ст) [Текст] // М.: Стандартиформ, 2014. – 8 с.
3. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 №1390-ст) [Текст] // М.: Стандартиформ, 2015. – 48 с.
4. Международный стандарт ИСО 8402:1994 Управление качеством и обеспечение качества – Словарь [Электронный ресурс]: Введ. 1994-04-01. – Applications. – Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/standard/20115.html> (дата обращения: 20.01.2023).
5. Воловская Н.М., Уличев А.С. Удовлетворенность потребителей

продуктом (по материалам маркетингового исследования) [Текст] // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №5-1. – С. 105-108.

6. Володченко В.С., Ланцова Д.С., Миронова Т.А. Факторы, влияющие на качество обслуживания клиентов на предприятиях сервиса [Текст] // Вопросы науки и образования. – 2020. – С. 15-18.

7. Давыдов А.С., Артемова С.Ф. Управление качеством обслуживания в ресторане // E-Scio. – 2019. – С. 1-7.

8. Давыдянец Д.Е., Остапенко Е.А., Скребцова Т.В. К определению понятий «услуга» и «качество услуги» // КАНТ. – 2019. – №1 (30). – С. 276-281.

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

10. Захаров, П.Г. Оценка и направления улучшения системы менеджмента бизнес-процессов коммерческой организации / П.Г. Захаров, А.А. Мигел // Modern Economy Success. – 2020. – № 2. – С. 197-204.

11. Круглов, В.Н. Некоторые аспекты управления материальными ресурсами / В. Н. Круглов, А. А. Мигел // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. – 2014. – № 4. – С. 91-92.

12. Медведева, О. С. Роль рекламы в продвижении и продаже товаров / О. С. Медведева, А. Н. Пархоменко // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2021. – № 5(36). – С. 24-27.

13. Нефедов, А. Н. Совершенствование деятельности организации общественного питания / А. Н. Нефедов, Н. Ю. Чаусов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 5-2(87). – С. 215-219

14. Никифоров А.Л., Грицанов А.А. Качество / Гуманитарных портал: Концепты [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 2022. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/concepts/6884> (дата обращения: 01.06.2023).

15. Операционный менеджмент: учебник / коллектив авторов; под ред.

А.В. Трачука. – 2-е изд., перераб. – Москва: КНОРУС, 2020. – 360 с.

16. Эльбиева Л.Р., Садилова А.Б., Исакова Б.Л. Теоретические аспекты управления качеством продукции [Текст] // Индустриальная экономика. – 2022. – №3. – С. 639-643.

17. Официальный сайт ресторана OSTERIA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.osteria-kaluga.ru/info/about> (дата обращения: 01.06.2023).

18. OSTERIA [Электронный ресурс] // Яндекс.Карты. – Режим доступа: <https://yandex.ru/maps/org/osteria/191097786266/reviews/?ll=36.248673%2C54.515727&reviews%5Baspect%5D=3502044050&z=6> (дата обращения: 01.06.2023).

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

20. Чаусов, Н.Ю. Пути повышения эффективности управления качеством продукции (услуг) в организации общественного питания / Н.Ю. Чаусов, Л.А. Чаусова, А.А. Власенков // Вектор экономики. – 2022. – № 4(70).

### **References:**

1. GOST R ISO 50646-2012. Services to the public. Terms and definitions. (approved and introduced. By order of Rosstandart № 1612-st dated 29.11.2012) [Text] // Moscow: Standartinform, 2014. – 8 p

2. GOST 31984-2012. Catering services. General requirements (put into effect by Rosstandart Order № 192-st dated 27.06.2013) [Text] // Moscow: Standartinform, 2014. – 8 p.

3. GOST R ISO 9000-2015. Quality management systems. Basic provisions and dictionary (approved by Rosstandart Order № 1390-st dated 28.09.2015) [Text] // Moscow: Standartinform, 2015. – 48 p.

4. International standard ISO 8402:1994 Quality management and quality

assurance – Dictionary [Electronic resource]: Introduction. 1994-04-01. – Applications. – Access mode: <https://www.iso.org/ru/standard/20115.html> (date of reference: 20.01.2023).

5. Volovskaya N.M., Ulichev A.S. Customer satisfaction with the product (based on marketing research materials) [Text] // Economics and Business: Theory and practice. – 2019. – №5-1. – pp. 105-108.

6. Volodchenko V.S., Lantsova D.S., Mironova T.A. Factors affecting the quality of customer service at service enterprises [Text] // Issues of science and education. – 2020. – pp. 15-18.

7. Davydov A.S., Artemova S.F. Quality management of service in a restaurant // E-Scio. – 2019. – pp. 1-7.

8. Davydyants D.E., Ostapenko E.A., Skrebtsova T.V. To the definition of the concepts of «service» and «quality of service» // KANT. – 2019. – №1 (30). – Pp. 276-281.

9. Zamyatin, A.N. Development of a quality and safety management system for dairy products based on the principles of HACCP / A.N. Zamyatin, A.A. Miguel, N.Y. Chausov // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Vol. 3, № 1. – pp. 103-107.

10. Zakharov, P.G. Assessment and directions for improving the management system of business processes of a commercial organization / P.G. Zakharov, A.A. Miguel // Modern Economy Success. – 2020. – № 2. – pp. 197-204.

11. Kruglov, V.N. Some aspects of material resources management / V.N. Kruglov, A.A. Miguel // Bulletin of the educational Consortium Central Russian University. Series: Economics and Management. – 2014. – № 4. – pp. 91-92.

12. Medvedeva, O.S. The role of advertising in the promotion and sale of goods / O.S. Medvedeva, A.N. Parkhomenko // Innovative economy and modern management. – 2021. – № 5(36). – Pp. 24-27.

13. Nefedov, A.N. Improving the activities of catering organizations / A.N. Nefedov, N.Y. Chausov // Economics and Business: Theory and practice. – 2022. – № 5-2(87). – Pp. 215-219

14. Nikiforov A.L., Gritsanov A.A. Quality / Humanitarian portal: Concepts

[Electronic resource] // Center for Humanitarian Technologies. – 2022. – Access mode: <https://gtmarket.ru/concepts/6884> (date of reference: 01.06.2023).

15. Operational management: textbook / team of authors; edited by A.V. Trachuk. – 2nd ed., reprint. – Moscow: KNORUS, 2020. – 360 p.

16. Elbieva L.R., Sadilova A.B., Isakova B.L. Theoretical aspects of product quality management [Text] // Industrial Economics. – 2022. – №3. – pp. 639-643.

17. Official website of the OSTERIA restaurant [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.osteria-kaluga.ru/info/about> (accessed: 01.06.2023).

18. OSTERIA [Electronic resource] // Yandex.Maps. – Access mode: <https://yandex.ru/maps/org/osteria/191097786266/reviews/?ll=36.248673%2C54.515727&reviews%5Baspect%5D=3502044050&z=6> (accessed: 06/01/2023).

19. Chausova, L.A. Corporate social responsibility as a factor of the competitive environment of the organization / L. A. Chausova // Scientific works of Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky, Kaluga, February 17 – 02, 2015. – Kaluga: Publishing House of Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky, 2015. – pp. 196-200.

20. Chausov, N.Yu. Ways to improve the efficiency of quality management of products (services) in the organization of public catering / N.Yu. Chausov, L.A. Chausova, A.A. Vlasenkov // Vector of Economics. – 2022. – № 4(70).