



## ҚАЗІРГІ ҚАЛАЛЫҚ ТҰЖЫРЫМДАМАЛАРДЫҢ НЕГІЗГІ ЕРЕЖЕЛЕРІ

*\* Г.Ж.Сейтхамзина, Л.М.Бекенова, Э.Х.Ахатова*

*Алматы гуманитарлы -экономикалық университеті, Алматы, Қазақстан*

**e-mail:** [gau17erj@mail.ru](mailto:gau17erj@mail.ru)

**Түйін.** Мақалада қазіргі заманғы қалалық тұжырымдамалардың негізгі ережелері талқыланады. Авторлар урбанизация тұжырымдамасын және қазіргі урбанизмнің негізгі принциптері мен тұжырымдамаларын зерттейді. Қазіргі кезеңдегі урбанизацияның жаһандық көрінісінің негізгі аспектілері зерттеліп, жаңа урбанизм тұжырымдамасы шеңберінде жасалған қала жоспарлаудың негізгі ережелері келтірілген.

**Түйінді сөздер:** урбанизация, қазіргі урбанизм, қала, агломерация, қалалық қоныстар, қала халқының өсуі, урбанизация көрсеткіштері, қала түсініктері.

## THE MAIN PROVISIONS OF MODERN URBAN CONCEPTS

*\*G.Zh.Seitkhamzina, L.M.Bekenova, E.Kh.Akhatova*

*Almaty Academy of Economics and Statistics, Almaty, Kazakhstan*

**e-mail:** [gau17erj@mail.ru](mailto:gau17erj@mail.ru)

**Summary.** The article considers the main provisions of modern urban concepts. The authors study the concept of urbanization itself, and the basic principles and concepts of modern urbanism. The main aspects of the manifestation of the globalization of urbanization at the present stage have been studied, as well as the basic positions of urban development, developed within the framework of the concept of New Urbanism.

**Key words:** urbanization, modern urbanism, city, agglomeration, urban settlements, growth of urban population, indicators of urbanization, urban concepts.

МРНТИ 06.39.41

УДК 006.015

<https://doi.org/10.51579/1563-2415.2021-3.07>

## ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАРА «DUBLIN PUB» Г. АЛМАТЫ

*У.А.Торекулова, Г.К.Молдашев\*, С.З.Сайдуллаев*

*Университет Международного Бизнеса, г. Алматы, Казахстан*

**e-mail:** [moldashevg@mail.ru](mailto:moldashevg@mail.ru)

**Аннотация.** В статье обобщены материалы исследования проблем совершенствования организационной культуры и качества услуг ресторанного бизнеса с целью изыскания возможностей рационального использования менеджмента основных процессов бара «Dublin Pub» г. Алматы путем анализа и оценки реализации принципов систем менеджмента качества (СМК) в его деятельности за последние годы. Установлены ряд фактов демонстрирующих системное управление ключевых процессов приготовления блюд и напитков, организации продаж и предоставления услуг сервиса клиентам



бара, а также проблемы в работе отдельных принципов СМК и пищевой безопасности. Сделан вывод, что полноценная реализация основополагающих принципов СМК (ориентация на потребителей, лидерство, вовлеченность) сдерживается по причине необученности руководства пивного бара методологии TQM и НАССР. Даны рекомендации по улучшению качества менеджмента бара на среднесрочную перспективу с целью разработки концепции его развития и построения интегрированной системы менеджмента по требованиям пятой версии МС ISO.

**Ключевые слова:** менеджмент, качество, система, пищевая безопасность, принципы СМК, пивной бар, блюда, напитки, продажа, сервис.

**Основные положения.** Одним из главных факторов, усиливающих рыночные позиции современной компании является качество ее деятельности. Поэтому на предприятии, ориентированном на формирование долгосрочных конкурентных преимуществ, система управления на основе качества включена в структуру общего менеджмента в качестве ее ключевого элемента. Ресторанный бизнес как сфера индустрии гостеприимства и туризма уверенно вошел в XXI век и стал глубоким социальным явлением, влияющим на экономику страны.

**Введение.** По материалам Е.Н. Кнышовой и др. [1], Генеральная Ассамблея Всемирной туристской организации прогнозирует трехкратное увеличение объемов мирового туризма на ближайшие 20-25 лет, что не может не сказаться на масштабах роста гостиничного и ресторанного бизнеса. При этом, актуальность менеджмента гостеприимства объясняется стремлением предприятий данной сферы к созданию ярких и позитивных образов предоставляемых ими услуг, что предполагает необходимость выбора и воздействия на целевую группу потребителей, обеспечения лояльности гостя, формирование имиджа гостиницы и ресторана, усиление их позиций в конкурентной борьбе.

Что делать в ресторанном бизнесе, чтобы сотрудники хотели и могли позаботиться о своих клиентах и как результат гости были удовлетворены качеством услуги? Ответ – менеджмент качества услуг, предполагающая «Создание стандартов поведения и выполнения рабочих процедур для различных категорий сотрудников, организацию системы обучения персонала, четкую постановку задач, контроль и оценку результатов работы на основе заявленных стандартов..... Важно создать такую атмосферу, когда каждому сотруднику все предельно ясно, и тогда люди выполняют свою работу качественно и с энтузиазмом» [2].

Изучение и анализ информации за последние годы показывают, что вопросы формирования реальной системы менеджмента качества (СМК) услуг в условиях ресторанного бизнеса РК, с целью повысить их КРІ в результате совершенствования организационной культуры и качества обслуживания, унификации методов оценки управляемого объекта - исследованы не достаточно [1,2,3,4]. Несмотря на декларируемую приверженность к культуре качества и пищевой безопасности ирландских пабов ТОО «Dublin Pub» на сегодня не имеет сертифицированных систем TQM и НАССР по МС ISO. Поэтому, реализация принципов MQ в баре «Dublin Pub» на основе анализа и оценки его состояния за 2018-2020 гг. - актуальная тема.

**Методы исследования.** Наблюдение, сбор, анализ, обобщение, оценивание, синтез и описание первичной информации, внутренней и внешней нормативной документации систем менеджмента - отчеты и решения по анализу директора за последние три года и интервью с владельцами ключевых бизнес-процессов бара.



**Результаты и обсуждение.** Фирма «Dublin Pub» - единственный и самобытный бар ресторан в г. Алматы, вобравший в себя культуру качества ирландских пабов, в основе которой лежит концепция дружелюбной атмосферы, позиционирует себя как лучшее место отдыха и встречи друзей, романтического свидания или коллективных мероприятий, предлагает с 2006 г. широкий спектр услуг по обслуживанию досуга и питания населения и гостей южной столицы Республики Казахстан. Здесь можно насладиться традиционными для ирландской кухни блюдами, ассортимент Чешского свежесваренного пива включает 10 позиций. Основные потребители - люди в возрасте 30-50 лет, в т.ч. любители пива, ценители европейских изысканных блюд и фанаты футбола. Имеется бесплатная парковка, WI-FI, танцпол, летняя терраса.

Бизнес-ланч с деловым партнером, семейный отдых, встреча с друзьями – часть жизни современного человека. Большую популярность на сегодня имеют пивные бары с непринужденной атмосферой, доступными ценами, качественным сервисом и изысканной кухней в типе – Casual Dining, что означает доступные услуги и раскрепощенное общение людей без галстука.

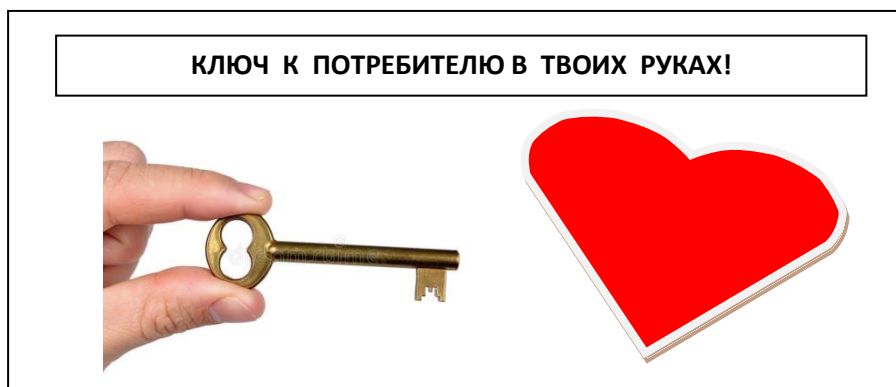
Для формирования профиля деятельности заведения директор периодически должен актуализировать концепцию (философию) развития бара с учетом трендов ресторанного бизнеса, а в случае ее отсутствия разработать, прописать, утвердить и реализовать в виде отдельных документов: политики, целей и миссии, что включает описание процесса приготовления блюд и напитков, требований к характеристике процессов продажи и сервиса. Для достижения результата на выходе, бар должен располагаться в нужном месте города, предлагать востребованные блюда и иметь соответствующий уровень сервиса.

Начиная с 1987г. системное управление на основе философии качества на инновационных предприятиях развитых стран осуществляется с использованием семи принципов международных стандартов (МС) ISO серии 9000, соблюдение и реализация которых позволит компаниям достичь поставленных целей и эффективной деятельности [5,6,7].

Принцип 1- «ориентация» на потребителя.

Фирма «Dublin Pub» как и любое предприятие общественного питания зависит от количества своих посетителей, обязана понимать их текущие и ожидаемые интересы, нести ответственность за качество и безопасность своих услуг, оперативно выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания. Его величество потребитель (гость) индустрии гостеприимства – ключевая фигура бизнеса. Нет гостя – нет зарплаты, прибыли, бара (рис. 1).

Для гостя критерий качества ресторанных услуг – это степень его удовлетворенности. Если услуги далеки от ожиданий, то гость будет разочарован, если соответствуют ожиданиям - удовлетворен, если же результат превосходит ожидания - восхищен. Следовательно, высокое качество услуг – это совокупность её характеристик, способных удовлетворить или превзойти ожидания гостей. По наблюдениям различных авторов [1,2,4], в перечень показателей качества услуг ресторанов демократического формата, в т.ч. и пабов, с точки зрения гостей можно отнести: доступность и оперативность услуг; доброжелательность, компетентность, обходительность и отзывчивость обслуживающего персонала; понимание нужд клиента и важности предоставления высококачественных услуг. Все это делает сервис потребителя ярким, запоминающимся и помогает завоевать лояльность гостей, показателем которой будет их желание вернуться еще раз и посоветовать прийти в этот ресторан друзьям и знакомым.



*Рисунок 1 – Ориентация на потребителя – это его удовлетворенность  
Примечание: составлено авторами на основе источников [7,8]*

В тоже время, не обученность директора бара методологии TQM и НАССР (отсутствие сертификатов MC ISO) [9,10], не разработанность концепции развития бара, материалов SWOT-анализа состояния систем менеджмента и пищевой безопасности, документов по регистрации жалоб и претензий гостей, целей качества, вытекающих из потребностей и ожиданий клиентов – усложняют выполнение руководством анализа объема рынка и конкурентов на услуги фирмы, прогнозировать поток клиентов, годовой и месячный товарооборот, с учетом объема продаж и запасов сырья. Отсюда, утверждать о системно управляемой, документально прописанной и осмысленно действующей ориентации персонала бара на интересы посетителей, нет веских оснований.

Принцип 2 – «лидерство» на всех уровнях ресторана.

Лидерство – венец управленческой деятельности и определяется как процесс, посредством которого человек с идеями способен оказывать воздействие на поведение других людей в желаемом для него направлении. Лидеры полагают, что системный бизнес - слаженная работа, включающая разработку её стратегии и управление клиентами, инвестициями, командой, процессами и услугой. По П.Ф. Друкеру [11], лидеры это те:

- у кого есть последователи и являются проповедниками современной корпоративной культуры менеджмента.
- характеристикой которых является не популярность, а результаты.
- у кого всегда имеются обостренное видение и чувство перспективы.
- кто должен балансировать две силы: энергию на достижение результатов, с энергией на совершенствование взаимоотношений.

Вместе с тем, собеседованием с владельцами процессов установлено, что многие признаки лидерства не проявляются в деятельности руководителей названного паба. Следовательно, лидер – носитель инновационной культуры управления, «играющий тренер», психолог и коуч, имеет высокий уровень эмоционального интеллекта (EQ), озабочен будущим сотрудников коллектива, но их единицы в казахстанском обществе (4-5%), остальные – это руководители не обеспечивающие единство целей и направления развития фирмы. Они живут двойными стандартами поведения, хапуги, обманщики и духовно деградированные функционеры с заторможенным мышлением без желания быть агентом позитивных перемен, их головы пусты и темны как дремучий лес, а карманы набиты взятками. Отсюда директор как руководитель



авторитарного стиля управления, не понимает важность МС ISO для собственного учреждения, не обучен методологии менеджмента качества и неосознанно тормозит развитие бара.

Принцип 3 – «вовлеченность работников» в управление коллективом.

Для освоения и реализации принципа директор должен трансформировать менталитет пассивно вовлеченного наемного работника, в увлеченного соратника единомышленника по управлению качеством услуг на личном примере приверженности к TQM. Но, выполнение такой задачи ему не по плечу, т.к. он сам не обучен стандартам ценностей менеджмента Исландии, что сдерживает процесс формирования корпоративной культуры на основе лидерства, доверия, работы в команде и т.д.

Принцип 4 – «процессный подход» в управлении составляющими ресторанного бизнеса.

Как правило, руководство ресторанов не любит бумажной работы, но если прописать бизнес-процессы в разрезе их владельцев, то можно существенно повысить их ответственность за результативность улучшения процессов. Поэтому нами для «Dublin Pub» разработана схема процессного подхода, позволяющая управлять взаимосвязанными процессами СМК на основе цикла PDSA (рисунок 2).

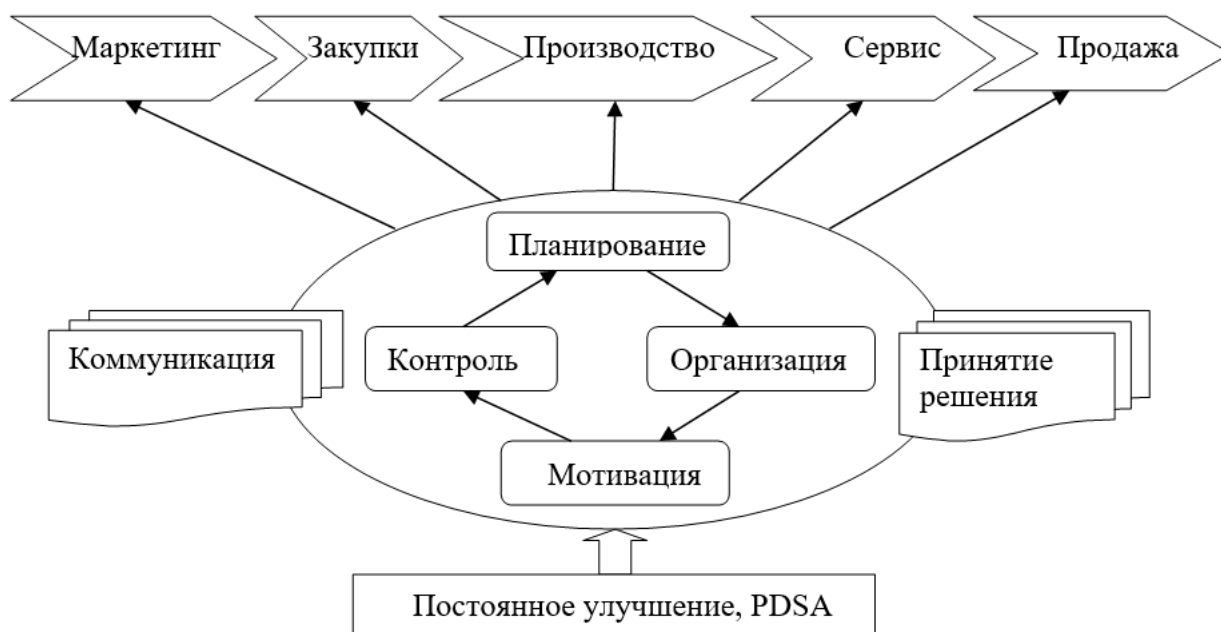


Рисунок 2 – Схема процессного подхода к менеджменту

Примечание: авторская разработка на основе источников [9,12,13]

При этом, управление баром включает различные взаимосвязанные функции менеджмента, реализуемые владельцами процессов, а именно:

- директор – несет ответственность за изучение рынка, требований посетителей, совершенствование концепции, ресурсное обеспечение и управление ключевыми процессами, формирование корпоративной культуры и разработку политики, миссии, целей качества и ассортиментной политики;

- бухгалтер – управляет финансовыми ресурсами и ценниками на меню;

- шеф повар – организует процесс приготовления блюд и напитков;



- администратор – управляет процессами качества и культуры обслуживания, работой официантов и барменов, документации и записей.

Отсюда, процессный подход от маркетинга до сбыта ресторанных услуг, мотивирует деятельность персонала и должна позитивно влиять на баланс прибыли и удовлетворенность гостей.

Принцип 5 – «улучшение» деятельности бара.

Принцип улучшения означает, что любая компания стремящаяся развиваться и быть на рынке должна перманентно улучшать качество своей услуги, процессов и систем менеджмента, ибо потребности клиентов, технологий и знаний в любой сфере устаревают через каждые 3-4 года. Для доказательства тезиса сошлемся на материалы Московской Школы Бизнеса «Синергия» [14], где владелец ресторана White Rabbit Family занимающий 13-ую позицию среди лучших ресторанов мира Б. Зарьков отмечает «Мы продаем не еду или напитки. Мы продаем атмосферу. Секрет нашего успеха – опирается на дизайн-мышление и решение бизнес-задач креативным путем, чтобы вызвать у посетителей яркие впечатления». Он рекомендует начать ресторанный бизнес с создания: потребительской ценности, бизнес моделирования и спланированного маркетинга услуг, процессов и интегрированной систем менеджмента. Отсюда, директор бара как инициатор улучшений должен за счет инноваций формировать у персонала культуру непрерывного улучшения процессов, сервиса, систем MQ и НАССР услуг с использованием цикла PDSA и риск-ориентированного мышления.

Принцип 6 – «принятие решений, основанное на фактах».

Принятие решений - полномочия первого руководителя. Данный пункт не изучался нами в связи с отсутствием достоверных фактов и информации для анализа состояния применения принципа и их закрытостью.

Принцип 7 – «менеджмент взаимоотношений» со стейкхолдерами.

Суть принципа в том, чтобы достичь стабильного предпринимательского успеха бар должен управлять своими взаимоотношениями не только с гостями, но и с партнерами, поставщиками, персоналом - на основе цивилизованных правил делового общения в бизнесе. Однако, из-за не разработанности соответствующего внутреннего документа, сочли необходимым представить текст этики делового общения из книги [2, с.47-48], которую можно использовать в качестве шаблона после внесения косметических правок применительно к условиям данного бара:

- всегда искренне приветствовать гостей с доброжелательной улыбкой;
- поддерживать с посетителями визуальный контакт, не заставлять гостей ждать, внимательно слушать и больше употреблять слова «извините», «спасибо», «пожалуйста», «приятного аппетита» и др.;
- быть опрятным, отзывчивым, не есть и пить в зале ресторана;
- не разговаривать по телефону по личным делам в зале ресторана;
- контролировать свои эмоции даже в сложной ситуации, не кричать;
- не говорить гостю «нет», предлагать альтернативные решения, не забывать о просьбах гостей;
- знать индивидуальные предпочтения постоянных гостей;
- обращаться к гостям на «вы», не говорить быстро, невнятно, громко;
- внимательно слушать и принять жалобу гостя, не спорить, сконцентрироваться на решении проблемы;
- обо всех нештатных ситуациях оперативно сообщать администратору;
- не жевать жвачку, держать руки в карманах и намекать на чаевые;



- всегда тепло прощаться с гостями.

Итак, между персоналом «Dublin Pub» и стейкхолдерами на основе доверия и долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества должны формироваться культура доброжелательного менеджмента на основе принципа win-win, т.е. сделаем вместе, выигрываем вместе.

**Заключение.** Анализ и оценка реализации принципов менеджмента качества в ТОО «Dublin Pub» за последние годы позволили сформулировать следующие выводы:

1. Несмотря на приверженность к культуре качества ирландских пабов фирма не имеет сертифицированных СМК и НАССР по МС ISO;

2. Инертность и безразличие руководства бара к меняющимся условиям среды характеризует не разработанность «Концепции (философии) развития бара», «политики» и «целей» качества и пищевой безопасности, в том числе:

- не изученность контекста (деловой среды) заведения;

- отсутствие материалов SWOT-анализа состояния СМК и НАССР за 2018-2020 гг.;

3. Полноценная реализация принципов: ориентация на потребителя, лидерство и вовлечение персонала – сдерживается из-за не обученности руководства бара методологии TQM и НАССР;

4. Отсутствие системы управления идентифицированными процессами демонстрирует функционирование в баре функционального менеджмента, а рекомендуемый нами процессный подход, должен позитивно влиять на удовлетворенность гостей;

5. Первый руководитель должен формировать у сотрудников культуру перманентного улучшения процессов, сервиса, систем менеджмента услуг с использованием PDSA;

6. Менеджмент взаимоотношений в баре формируется через win-win;

7. Предложения по улучшению менеджмента бара:

- разработать стратегический документ «Концепция развития бара «Dublin Pub» г. Алматы на 2022-2025 гг.»;

- разработать интегрированную систему менеджмента «встраиванием» к системе традиционного управления фирмой СМК и НАССР по МС ISO.

---

#### **Список литературы:**

1 Кнышова Е.Н., Белозерова Ю.М. Менеджмент гостеприимства : учеб. пособие / Е.Н. Кнышова, Ю.М. Белозерова. – М.: ИНФРА- М, 2014. - 512 с.

2 Ермишкина И.В. Сервис в стиле casual / И.В. Ермишкина. М.: издат. Ресторанные ведомости, 2021. – 240 с.

3 Уокер Дж. Р. Управление гостеприимством: учебное пособие: пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 880 с.

4 Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / О.П. Ефимова, Н.А. Ефимова. М.: Новое знание, 2017. – 357 с.

5 Разумов В.А. Управление качеством: Учеб. пособие / В.А. Разумов – М.: ИНФРА-М, 2018. – 208 с.

6 Деминг Э. Менеджмент нового времени / Э. Деминг; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2019. - 182 с.

7 Адлер Ю.П. Восемь принципов, которые меняют мир / Ю.П. Адлер // Стандарты и качество. – 2010 - №3. – С. 49- 62.

8 СТ РК ISO 9000-2016. СМК. Словарь. – Астана, 2016. – 56 с.

9 СТ РК ISO 9001-2016. СМК. Требования. – Астана, 2016. – 36 с.



10 СТ РК ISO 22000-2016. Пищевая промышленность на основе принципов HACCP. – Астана, 2016. – 37 с.

11 Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: учеб. пособие: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2012. – 272 с.

12 Ксенчук Е.В. Процессный подход в управлении. Электронный ресурс. [www.quality.eup.ru](http://www.quality.eup.ru).

13 Дубчак В. Что портит впечатление о ресторане: 5 факторов / В.Дубчак // Ресторатор. – 2020. - №4. – 28-32.

14 Зарьков Б. Лидеры российского бизнеса. Школа Бизнеса «Синергия» – М.: Электронный ресурс. [feedback@e.synergy.ru](mailto:feedback@e.synergy.ru).

### **Транслитерированный список литературы (References):**

1 Knyshova E.N., Belozeroва Iу.M. Menedjment gostepriimstva : ýчеб. posobie / E.N. Knyshova, Iу.M. Belozeroва. – М.: INFRA- М, 2014, pp. 512

2 Ermishkina I.V. Servis v stile casual / I.V. Ermishkina. М.: izdat. Restorannye vedomosti, 2021, pp. 240.

3 Uoker Dzh.R. Upravlenie gostepriimstvom: uchebnoe posobie per. s angl. М.: YUNITI-DANA, 2016, pp 880.

4 Efimova O.P. Ekonomika gostinits i restoranov: ucheb. posobie / O.P. Efimova, N.A. Efimova. М.: Novoe znanie, 2017. pp 357.

5 Razumov V.A. Upravlenie kachestvom: Ucheb. posobie / V.A. Razumov – М.: INFRA-М, 2018, pp 208.

6 Deming E. Menedzhment novogo vremeni / E. Deming; per. s angl. – М.: Alpina Publisher, 2019, pp 182.

7 Adler Iu.P. Vosem printsipov, kotorye meniaiut mir / Iu.P. Adler // Standarty i kachestvo. 2010 , No 3, pp 49- 62.

8 ST RK ISO 9000-2016. SMK. Slovar. – Astana, 2016, pp 56.

9 ST RK ISO 9001-2016. SMK. Trebovaniia. – Astana, 2016, pp 36.

10 ST RK ISO 22000-2016. Pishchevaia promyshlennost na osnove printsipov HACCP. – Astana, 2016, pp 37.

11 Druker P. Zadachi I menedzhementa v XXI veke: ucheb. posobie: per.s angl. – М.: Vil'yams, 2012, 272 pp.

12 Ksenchuk E.V. Protsessnyi podkhod v upravlenii. Elektronnyi resurs. [www.quality.eup.ru](http://www.quality.eup.ru).

13 Dubchak V. Chto portit vpechatlenie o restorane: 5 faktorov / V.Dubchak // Restorator. 2020, No 4, pp 28-32.

14 Zarkov B. Lidery rossiiskogo biznesa. Shkola Biznesa «Sinergiiia» – М.: Elektronnyi resurs. [feedback@e.synergy.ru](mailto:feedback@e.synergy.ru).





## САПА МЕНЕДЖМЕНТІНІҢ ҰСТАНЫМДАРЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ АЛМАТЫ ҚАЛАСЫ «DUBLIN PUB» МЕЙРАМХАНАСЫ ҚЫЗМЕТІНДЕ ПАЙДАЛАНУ

**У.А.Торекулова, Г.К.Молдашев\*, С.З.Сайдуллаев**  
Халықаралық Бизнес Университеті, Алматы қ., Қазақстан  
**e-mail: [moldashevg@mail.ru](mailto:moldashevg@mail.ru)**

**Түйін.** Мақалада Алматы қаласы «Dublin Pub» мейрамханасының соңғы жылдардағы қызметінде сапа менеджменті жүйесінің (СМЖ) ұстанымдарын іске асыруын талдау және бағалау жолымен негізгі үдерістер менеджментін ұтымды пайдаланудың мүмкіндіктерін қарастыру мақсатында мейрамхана бизнесінің қызмет сапасы мен ұйымдастырушылық мәдениетін жетілдіру мәселелерін зерделеу мәліметтері жалпыланған. Мейрамхананың тұтынушыларға тағам мен сусындар дайындау, сату және қызмет көрсету үдерістерін жүйелі басқару фактілері мен кемшіліктері де анықталған. Мейрамхана менеджментін жақсарту үшін оның даму тұжырымдамасын әзірлеуге ұсыныстар берілген.

**Түйінді сөздер:** менеджмент, сапа, жүйе, азық-түлік қауіпсіздігі, СМЖ ұстанымдары, сырахана бары, тағамдар, сусындар, сату, сервис.

## QUALITY MANAGEMENT PRINCIPLES AND THEIR USE REALISED IN THE BAR "DUBLIN PUB" IN ALMATY

**U.A.Torekulova, G.K.Moldashev\*, S.Z.Saidullaev**  
University of International Business, Almaty, Kazakhstan  
**e-mail: [moldashevg@mail.ru](mailto:moldashevg@mail.ru)**

**Summary.** The article presents the study results of the problems to improve the service quality in the restaurant business with the aim to find opportunities for the efficient use of the process management utilized in the bar "Dublin Pub" in Almaty. The study analyzes and assesses the implementation of the principles of quality management systems (QMS) in its recent year practical activities. The study identified several factors that demonstrate the key processes of systemic management for preparing food and drinks, organizing sales, and providing services to bar customers, also the problems in the work of certain principles of QMS and food safety were revealed. Recommendations are given to improve the management of the bar for which has the impact on its future concept development.

**Key words:** management, quality system, food safety, QMS principles, beer bar, dishes, drinks, sale, service.