

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/123934>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 4

1.1. Сущность сервиса, содержание деятельности по обслуживанию и предоставлению услуг 4

1.2. Основные формы, методы и принципы обслуживания потребителей 7

2. АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ 11

2.1. Основные формы обслуживания в ресторанном бизнесе 11

2.2. Виды предоставления услуг в ресторанах 13

3. АНАЛИЗ МЕТОДОВ И ФОРМ ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСТОРАНЕ 16

3.1. Краткая характеристика деятельности организации 16

3.2. Анализ процесса обслуживания в ресторане ООО «Проект Бар» 18

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 26

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 27

ВВЕДЕНИЕ

Организация сервисного обслуживания предприятия имеет большое экономическое значение, поскольку фактически обеспечивает доставку продукта до потребителей, оптимизацию материальных и финансовых потоков, улучшению обслуживания клиентов на фоне растущих потребностей в бизнесе.

Таким образом, сервис – это научная и практическая деятельность предприятия, которая представляет собой организацию, управление и оптимизацию движения материальных, информационных и финансовых потоков предприятий различных отраслей экономики.

Актуальность данной темы заключается в том, что процесс преобразования потребностей потребителя в его удовлетворение услугами совершается на базе взаимодействующей системы: материально-техническая база, природный комплекс, культурно-исторический комплекс, рекреационная инфраструктура и обслуживающий персонал ресторана гостиницы.

Цель данной работы заключается в комплексном анализе организации сервисной деятельности в ресторанном бизнесе с учетом исследования основных теоретических подходов к понятию сервиса в целом.

В связи с этой целью ставятся следующие задачи:

- ☐ Определить сущность сервисной деятельности на предприятии
- ☐ Выделить основные функции и задачи сервис
- ☐ Проанализировать экономическую роль организации сервиса на предприятии
- ☐ Определить особенности и элементы сервисной системы
- ☐ Изучить особенности организации сервиса в ресторанном бизнесе.

Для раскрытия данной темы были использованы исследования современных авторов в области организации сервиса и сервисной деятельности на предприятии, ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

1.1. Сущность сервиса, содержание деятельности по обслуживанию и предоставлению услуг

Основа эффективных отношений с потребителем – это организация процессов обслуживания, а также доведение услуг до клиентов. Уровень развития рыночных отношений и возникновение свободной конкуренции является поворотным моментом для развития сервисной сферы. Ее функционирование все больше связано с потребностями клиентов и улучшением качества услуг.

Сервисная деятельность предприятий становится успешнее, если опирается на грамотные принципы ведения маркетинговой деятельности, основанной на изучении рынка потребителей. Один из наиболее важных факторов оказываемых услуг, который привлекает клиентов, – это уровень качества их предоставления. Также важно отметить, что положение фирм в отрасли и в сфере сервиса будет устойчиво, если фирма начинает получать постоянные доходы.

Сервисная деятельность, которая направлена на предоставление услуг, основывается на удовлетворении желаний клиентов. Фирмы, занимающиеся обслуживанием, должны исполнять свои обязательства

относительно качества своей работы.

Успех сервисной деятельности предприятий опирается на восемь основных принципов, которые способствуют ее эффективной организации [4, с.87]:

1. Стратегия. Каждый рыночный сегмент должен получить такой уровень сервисного обслуживания, который клиенты будут считать отличным. Обещанные потребителям гарантии того, что фирмы выполняют все обязательства, должны быть изложены в небольшом тексте рекламного характера.
2. Связь с потребителями. Для формирования прочных отношений с клиентами фирма должна изучать необходимое покупательское предпочтение, распространять рекламный материал о предлагаемых услугах и гарантиях. Обязательства, которые берут на себя сервисные компании, должны удовлетворять потребностям клиентов и вызывать у них положительное отношение. Уровень сервиса, созданный рекламными материалами, необходимо поддерживать постоянно. Необходимо также уделять внимание приему клиентов обслуживающим персоналом, скорости и точности и т.д.
3. Четкость требований, предъявляемых фирмой к своим сотрудникам. Необходимо иметь корпоративные стандарты и соблюдать основные их нормы.
4. Бесперебойно функционирующая система снабжения. Поставка необходимых материалов на предприятие сервисного обслуживания должна быть предельно проста.
5. Обучение сотрудников, которые входят в штат оказывающей услуги службы.
6. Постановка целей для персонала, указывающая на недопустимость дефекта в работе.
7. Творчество. Постоянный поиск новых способов предоставления сервисных услуг для более полного удовлетворения потребительского спроса.
8. Постоянная забота о создании лучшей обслуживающей организации в эффективной работе.

Структура сфер услуг разделяется на две группы.

К первой группе относится сектор, который производит материальные услуги (транспортные, торговые, жилищно-бытовые и т.д.).

Вторая группа занимается оказанием сервиса нематериальных услуг. Сюда относится деятельность органов безопасности, управление, здравоохранение, образование и т.п.

Существуют также разные виды обслуживания населения, на которых направлены эти услуги. Например, сервисная деятельность в туризме включает оказание транспортных услуг и образование.

Рис.1. Понятие сервисной деятельности [16]

Сервисная деятельность – это научная и практическая деятельность субъектов хозяйствования, которая представляет собой организацию, управление и оптимизацию движения материальных, информационных и финансовых потоков предприятий различных отраслей экономики [1, с.17].

Сервисная деятельность может быть представлена в виде системы, цель которой заключается в доведении продукта или услуги компании до потребителя в заданном месте, в нужном количестве и ассортименте при заданном уровне затрат компании.

Для сервисной системы важным фактором является то, что она быстро реагирует на изменения рынка и учитывает различные факторы внешней среды.

Организация сервиса на предприятии имеет большое экономическое значение, поскольку фактически обеспечивает сохранность и доставку продукта до потребителей. Поэтому роль сервиса может быть проявлена через три основных аспекта логистики [19]:

1. интеграция – формирует процессы движения товара или услуги как единой целостной системы;
2. организация – обеспечивает взаимодействие и согласование всех стадий и действий участников сервисной деятельности;
3. управление – поддерживает параметры элементы функционирования системы.

Таким образом, эффективность функционирования сервиса на предприятии определяется оптимальным соотношением баланса между затратами, суммой прибыли и уровнем качества обслуживания потребителей предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Безель Е. Стратегия реализации маркетингового плана по поддержанию конкурентоспособности гостиничных предприятий// Риск. - №1, 2019. - с. 40-43
2. Воробьев С.Н. Управленческие решения - М: Юнити-Дана, 2015. - 447 с.
3. Гаранина Е. Использование клиентоцентричных стратегий роста в гостиничном бизнесе в условиях кризиса // РИСК. 2016. №1. С.104-106.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент организации. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 162 с.

5. Дафт Ричард Л. Управленческое решение - СПб: Питер, 2018. – 231 с.
6. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2017. – 386 с.
7. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник. 4-е издание, с испр. – М: Дело, 2015. – 309 с.
8. Печерица Е.В. Повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов гостиничного бизнеса на основе дифференциации услуг // Региональная экономика: теория и практика. 2017. № 27 (258). С.45-55.
9. Печерица Е.В. Социальная ответственность бизнеса как основной принцип формирования входных барьеров на рынок гостиничных услуг региона // Региональная экономика: теория и практика. 2018. №16 (247). С.45-50.
10. Поршнева А.Г., Румянцева З.П. Управление организацией/ А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 375 с.
11. Туватова В.Е. Проблемы и перспективы повышения качества услуг в гостиничном бизнесе // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. №3 (89). С.76-82.
12. Учитель Ю. Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 275 с.
13. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. – М.: Инфра-М, 2018. – 504 с.
14. Институт управления бизнесом. URL: <http://investobserver.info>.
15. Административно – управленческий портал. URL: <http://www.aup.ru/>
16. Обслуживание в ресторане «Подкова». URL: <https://kc-maestro.ru/raznoe/standarty/standart-obsluzhivaniya-na-primere-odnogo-iz-restoranol>
17. Обслуживание в ресторане «Crepe de Chine». URL: <https://scienceforum.ru/2012/article/2012000446>
18. Мировые стандарты обслуживания в ресторанах. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=722210>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/123934>