

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/diplomnaya-rabota/264716>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Производственный менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНЫМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ 5

1.1 Система управления структурными подразделениями 5

1.2 Оценка управления структурным подразделением предприятия 10

1.3 Системное управление как элемент внутриорганизационного маркетинга ресторанного бизнеса 12

2. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНЫМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ ООО "ШАДЭ" РЕСТОРАН МАРЧЕЛЛИС 33

2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис 33

2.2. Анализ управления структурными подразделениями ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис 48

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНЫМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ ООО "ШАДЭ" РЕСТОРАН МАРЧЕЛЛИС 54

3.1 Совершенствования работы подразделений 54

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий 63

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 73

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 82

ПРИЛОЖЕНИЯ 91

ВВЕДЕНИЕ

Определенная организация наблюдалась еще на стадии интеллектуального труда ремесленника. Она зародилась из многократно повторяющихся производственных функций, выполняемых ремесленником для достижения конечной цели своего труда. Устойчивая реализация производственных функций и образует простейшую форму организации процесса производства, то есть его первоначальную структуру, существующую еще в скрытом состоянии. Основой этого явления было кооперированное производство, развитие которого привело к выделению функций управления, формирующих организационную структуру. Таким образом, главным фактором формирования организационной структуры управления производством было разделение труда, появление функции управления. Совместный труд, кооперация рабочей силы породили новый тип отношений, сложившийся как отношения между участниками производственного процесса, между руководителями и подчиненными. На стадии машинного производства произошло полное обособление функций управления. Появились полностью освобожденные от производственных функций руководители. Возникает опосредованный контроль с помощью ведомостей, отчетов, докладов и т.п. Налаживается обратная связь. Все это и в особенности рост масштабов производства, способствовало быстрому развитию организационных структур управления.

Структура организации - это те фиксированные взаимосвязи, которые существуют между подразделениями и работниками организации. Ее можно понимать как установленную схему взаимодействия и координации технологических и человеческих элементов. Структура управления характеризуется составом и информационными взаимосвязями самостоятельных подразделений или отдельных исполнителей, расположенных в последовательной соподчиненности и наделенных определенными правами и обязанностями. Число звеньев в структуре определяет ее уровни. Структуры могут быть одноуровневыми и многоуровневыми. В зависимости от их характера связи, они подразделяются на линейно-функциональные, дивизиональные и матричные. Более подробно эти характеристики и структуры будут рассмотрены дальше. Каждое структурное подразделение характеризуется количественными и качественными параметрами. Деятельность структурных подразделений и исполнителей регламентируется специальными положениями (инструкциями), которые определяют функции каждого органа управления, распределение прав и

обязанностей между ними, а внутри подразделения - каждого исполнителя.

Цель исследования – провести анализ и разработка предложений по совершенствованию системы управления структурными подразделениями ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис.

Задачи исследования:

1. исследовать теоретические аспекты по совершенствованию системы управления структурными подразделениями
2. провести анализ системы управления структурными подразделениями ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис
3. предложить рекомендации по оптимизации управления структурными подразделениями ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис

Объект исследования – ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис.

Предмет исследования - управление структурными подразделениями ООО "ШАДЭ" ресторан Марчеллис.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНЫМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ

1.1 Система управления структурными подразделениями

Система управления человеческими ресурсами - это система для реализации функций управления человеческими ресурсами.

Структура управления - это совокупность подразделений, непосредственно связанных с человеческими ресурсами и их качественными и количественными взаимосвязями.

Под функцией управления следует понимать определенный вид управленческой деятельности, выполняемый специальными приемами и способами и необходимый для организации и руководства тем или иным объектом управления. Функциональное разделение управленческой деятельности и выделение функций управления является результатом специализации труда в управленческой сфере связанного с ростом масштабов производства и усложнением управленческих процессов. Концепция функционального разделения управленческого труда разработана в исследованиях представителей школы научного управления (Ф. Тейлор, А. Файоль). Например, А. Файоль выделял 5 основных функций управления: предвидение, организация, распорядительская деятельность, координация и контроль.

В современной теории менеджмента представлены различные классификации функций управления. Выделяют такие функции, как прогнозирование, планирование, организация, регулирование, координирование, учет, анализ, контроль, мотивация. Однако наиболее распространенным является мнение, что основных функций управления пять групп: планирование, организация, мотивация, контроль и координация (рис. 18).

Рис. 1 Основные функции управления

Это так называемые общие, универсальные функции управления, которые отражают содержание процесса управленческой деятельности и характерны для любой организации независимо от специализации ее деятельности, особенностей производства.

Элементы системы управления:

- процесс, в котором оптимально преобразуются потоки ресурсов (прямая связь),
- вход – поток потребляемых ресурсов (информационных, финансовых, материальных, интеллектуальных),
- выход – результат преобразования ресурсов (продукция, услуги (работы), информация и т. д.),
- обратная связь – связь между выходом и входом, способность системы воспринимать информацию о результатах деятельности для достижения цели,
- ограничения – объёмы и качество продукции, себестоимость, лимиты ресурсов.

Таким образом, типовой контур управления можно представить следующим образом:

Рис. 2 Типовой контур управления

В современных классификациях функций управления выделяют также конкретные (производственные) функции управления, которые осуществляют соответствующие производственные (функциональные)

подразделения: управление производством, управление маркетингом, управление качеством и т. п. Эти функции являются предметом исследования самостоятельных дисциплин.

Линейная структура управления является одной из самых простых организационных структур управления. Она характеризуется тем, что каждое структурное подразделение возглавляет один руководитель, который обладает всей полнотой власти, самостоятельно руководит подчиненными работниками и сосредотачивает в своих руках все функции управления.

При линейном управлении у каждой подчиненной организации или подчиненного работника есть один руководитель, через которого исходят все директивы руководства. В этом случае управляющее звено отвечает за результаты всех действий управляемого объекта.

Хотя линейная структура управления логически последовательна и формально определена, она негибка. Каждый руководитель имеет все полномочия, но относительно мало возможностей для решения функциональных вопросов, требующих узкой специализации.

Преимущества.

- Единство и целостность
- исполнительная координация
- безопасность и контроль
- контроль и надзор
- быстрое принятие решений
- ответственность руководства

Недостатки.

- Руководители должны пройти комплексную подготовку, чтобы обеспечить эффективное руководство всеми управленческими функциями.

Отсутствие планирования и принятия решений

- Информационная перегрузка, многочисленные контакты с подчиненными, начальниками и сменщиками
- Трудности в общении между органами власти
- Концентрация власти наверху

В функциональной организационной структуре организация управляется набором подразделений, специализирующихся на конкретных видах работ, необходимых для принятия решений в линейной системе управления.

Преимущества.

- Высокая компетентность специалистов, отвечающих за конкретные функции
- Свобода от решения проблем.
- Стандартизация, формализация и программирование явлений и процессов
- Устранение дублирования и параллелизация функций управления
- Снижение потребности в специалистах широкого профиля

Недостатки.

- Чрезмерная зависимость от целей и задач подразделения
- Трудности в поддержании постоянных связей между различными функциональными отделами
- централизованные отделы культуры
- Продолжительность процессов принятия решений
- Относительно жесткая организационная структура, трудно адаптируемая к изменениям

Линейно-функциональные структуры сочетают в себе преимущества линейных и функциональных структур.

В нем используется принцип структуры и специализации в процессе управления.

Подразделения организованы в соответствии со способом деятельности организации. Функциональные отделы делятся на более мелкие производственные подразделения, каждое из которых выполняет ограниченное количество функций.

Функциями руководит вице-президент.

Преимущества.

- Такая структура повышает ответственность руководителя организации за конечные результаты деятельности.
- Повышает эффективность использования всех видов труда.
- Упрощает профессиональную подготовку.
- Создает возможности для карьерного роста сотрудников.
- Получает больший контроль над деятельностью отдельных подразделений и исполнителей.

Недостатки.

- Ответственность за получение прибыли лежит на руководителе компании.
- Сложнее координировать деятельность отдельных отделов.
- Замедляет процесс принятия и реализации решений.
- Структура основана на множестве принципов и правил и поэтому является негибкой.

Стиль управления - это набор приемов и установок, которые менеджеры используют для того, чтобы заставить подчиненных делать то, что необходимо в данный момент для достижения определенного результата.

Существует три типа методов управления: экономические, административные и социально-психологические.

Методы управления - это способы воздействия на человеческие ресурсы.

Экономические методы - это методы, воздействующие на экономические отношения и интересы работников и групп работников с целью достижения требуемых обществом результатов.

Административные методы - относятся к юридической помощи, основными целями являются правовое регулирование, укрепление законности, защита прав и законных интересов прав.

Социально-психологические методы - включают в себя предоставление отпуска, отдыха, поощрений и социальных пакетов.

Существует три стиля управления: авторитарный, демократический и либеральный.

Авторитарный стиль - это стиль, при котором вся власть находится наверху, и он единолично принимает все решения, не считаясь с мнением своих подчиненных.

Демократический стиль - это стиль, при котором руководитель делегирует часть своих полномочий подчиненным, а принятие решений происходит коллегиально.

Либеральный стиль - это стиль управления, в котором руководитель не принимает участия.

1.2 Оценка управления структурным подразделением предприятия

Методическое обеспечение оценки эффективности управления каким-либо объектом, как правило, вызывает большое количество вопросов. Используемые в теории и на практике методы носят общий характер и не конкретизированы. Соответственно, возникает необходимость определения критериев оценки эффективности системы управления как на уровне всего предприятия, так и на уровне цеха, подразделения. Автор предлагает это делать на основе применения интегрального коэффициента. Рассматривая производительность труда как экономическую категорию, необходимо учитывать три фундаментальных аспекта:

- методологический (в чем измерять производительность труда);
- производственный (что делать, чтобы повышать производительность труда);
- управленческий (кто виноват в том, что производительность труда не растет).

Последний из указанных аспектов - управленческий - изучен в наименьшей степени. Такое положение объясняется тем, что до настоящего времени нет эффективных методик, позволяющих оценить как качество управленческого труда, так и его эффективность. В то же время необходимо отметить, что от эффективности действующей системы управления предприятием и структурными подразделениями непосредственно зависят финансовый результат, уровень затрат на производство продукции, а также уровень производительности труда.

Таким образом, возникает необходимость в разработке адекватных методов оценки эффективности системы управления структурным подразделением предприятия - цехом, участком - с целью повышения эффективности управленческих решений в рамках реализации мероприятий концепции бережливого производства.

Оценка эффективности системы управления элементом производства базируется на оценке соответствия фактических значений предлагаемых автором критериев нормативным, которые рассчитываются на основе предлагаемой методики. Рассчитываемые коэффициенты непосредственно отражают состояние управления элементом производства и определяются на основе информации, содержащейся в стандартной документации производства (сменно-суточные задания, маршрутно-технологические карты и т.д.). Оценка эффективности всей системы управления элементом производства производится по числовому значению интегрального рассчитываемого коэффициента в пределах установленных границ.

Отдельные элементы системы управления оцениваются по числовым значениям локальных рассчитываемых коэффициентов в пределах установленных границ.

Мероприятия по доведению расчетных локальных коэффициентов до граничного значения обеспечат рост эффективности обследуемого элемента производства. Мероприятия должны основываться на результатах макро- и микроанализа показателей, используемых при расчете коэффициентов. Определение эффективности системы управления элементом производства (участок, цех) основана на сравнении плановых и фактических технико-экономических показателей приведения их к единой форме и установление границ, характеризующих эффективность системы управления.

Рассчитываемые коэффициенты позволяют установить состояние системы управления элементом производства в целом и по отдельным элементам на любой период времени. В качестве рассчитываемых элементов системы управления выбраны наиболее значимые составляющие производственного процесса, такие, как оборудование, планирование, выполнение запланированной номенклатуры и плана поставок.

1.3 Системное управление как элемент внутриорганизационного маркетинга ресторанного бизнеса
Ресторанное хозяйство (бизнес) характеризуется рядом специфических свойств. К их числу относят: целенаправленный характер функционирования и иерархическую упорядоченность образующих ресторанное хозяйство элементов [1-4]. Рассмотрим ресторанное хозяйство как систему.

С понятием «система» тесно связаны такие понятия, как «отношение», «связь», «подсистема», «элемент», «окружающая среда», «часть», «целое», «целостность», «структура». Их нельзя определить обособленно, независимо друг от друга, все они образуют некую концептуальную систему, компоненты которой взаимосвязаны. Все эти понятия являются исходными категориями, определение которых дается аксиоматически, а также через задание присущих объекту свойств и характеристик с последующей конкретизацией более частных видов систем.

Одним из важнейших системообразующих свойств системы является связанность, целостность. В этом аспекте под системой понимается целостное множество элементов, физически или концептуально связанных взаимными отношениями.

Целостность означает, что свойства системы не всегда выводятся только из свойств ее элементов. Все элементы прямо или косвенно связаны друг с другом, и удаление или добавление одного из элементов в общем случае меняет отношение между остальными элементами системы. Каждую систему можно рассматривать как элемент системы более высокого порядка. Элементы любой системы, в свою очередь, могут выступать и как системы более низкого порядка.

Системы относятся к классу организационных, если в их состав помимо технических подсистем входят люди.

Визуализация представления ресторанного хозяйства как организационной системы осуществляется с помощью структурных схем.

Каждый структурный блок соответствует на такой схеме какому-либо подразделению либо должности в ресторанном хозяйстве; линии, соединяющие блоки, служат для обозначения административного или функционального подчинения и связей элементов.

Окружающая среда определяется как множество не входящих в систему объектов, изменение существенных свойств которых может изменить существенные формы системы. Процесс обеспечивает преобразование материалов, ресурсов, сырья, услуг в производственные продукты и услуги.

Организационные системы ресторанного бизнеса имеют иерархическую структуру. Элементы таких структур можно охарактеризовать по уровню иерархии. Элементы, имеющие подчиненные элементы, называют управляющими или центрами.

В соответствии с уровнем иерархии можно выделить центры первого уровня, второго уровня и т. д. Элементы, не имеющие подчиненных элементов и непосредственно участвующие в проведении процесса, являются исполнительными элементами.

При моделировании организационных систем исполнительные элементы объединяют с соответствующими подпроцессами, в проведении которых они участвуют.

Административная структура определяется как структурная схема организационной системы, в которой отражаются связи, характеризующие подчинение (административное или функциональное) одного структурного элемента другому.

Информационная структура - это структура организационной системы, в которой выделены информационные связи между элементами системы.

Для описания в организационных системах ресторанного хозяйства системного управления запасами (поставок сырья, ресурсов, продуктов и т. д.) используют структурные схемы материальных потоков.

Вершины таких структурных схем образуют выделяемые при рассмотрении элементы, а дуги показывают

направление перемещения материальных потоков между ними.

Выделение типов структур позволяет продвинуться в их более детальном изучении и классификации.

Издержки производства и обращения ресторанного хозяйства представляют собой стоимость затрат (кроме стоимости сырья и материалов). Предприятия общественного питания носят специфический характер, так, они выполняют функции производства собственной продукции, реализации продукции собственного производства и покупных товаров, а также организуют потребление собственной продукции и покупных товаров.

Издержки производства и обращения ресторанного хозяйства учитываются, анализируются и планируются в абсолютном выражении - в денежных единицах, а в относительных величинах - как процент товарооборота.

Издержки производства и обращения ресторанного бизнеса классифицируются таким же образом, как и затраты гостиничного хозяйства: явные и неявные, предельные, альтернативные, постоянные и переменные, прямые и косвенные, по статьям затрат и др.

В зависимости от функций, выполняемых предприятием питания, затраты ресторанного хозяйства подразделяются на три группы:

- на изготовление продукции собственного производства;
- на реализацию продукции собственного производства и покупных товаров;
- на организацию потребления.

На сумму и уровень издержек ресторанного хозяйства оказывают влияние внешние и внутренние факторы.

Особый интерес представляют внутренние факторы, которые подразделяются на экономические и организационные. К экономическим факторам относят: объем, состав и структуру товарооборота; структуру расходуемого сырья и товаров; производственную программу; эффективность и производительность труда; формы и системы оплаты труда; товарооборачиваемость; порядок начисления амортизации и др.

Организационные факторы включают: площадь предприятия и количество посадочных мест; режим работы предприятия; специализацию; тип и категорию предприятия питания; оснащенность оборудованием, стоимость оборудования, срок эксплуатации; методы обслуживания посетителей («шведский стол», самообслуживание, предварительное накрытие столов, обслуживание официантами и др.); систему снабжения предприятия питания полуфабрикатами; организацию труда работников; условия хранения сырья и товаров и др.

Одной из проблем ресторанного хозяйства является проблема управления запасами. Анализ существующих моделей управления запасами показал недостаточную исследованность проблематики управления запасами, применительно к функционированию торговых предприятий, чьи поставщики исчисляются сотнями, а ассортимент - тысячами позиций.

Современная тенденция развития торговых сетей приводит к появлению новых актуальных задач, решение которых классическими методами не всегда приводит к ожидаемому эффекту.

В любой задаче системного управления запасами решаются вопросы выбора размеров и сроков размещения заказов на запасаемую продукцию. Одним из решающих факторов при разработке модели управления запасами является характер спроса.

В большинстве моделей управления запасами решение задачи осуществляется путем оптимизации функции затрат, включающей затраты на оформление заказов, закупку и хранение продукции, потери от дефицита. Потери от дефицита наиболее сложно оценить. Так, они содержат такие нематериальные факторы, как, например, потеря репутации. Включение в модель затрат на оформление заказа существенно усложняет математическое описание задачи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50762-2021 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания»
2. ГОСТ Р 56020 – 2019. Бережливое производство. Основные положения и словарь. – 37 с.
3. ГОСТ Р ИСО 21500 – 2019. Руководство по проектному менеджменту.
4. Федеральный закон № 135-ФЗ "О защите конкуренции" (в редакции от 28.12.2019)
5. Абросимова А. А. Развитие методов бережливого производства на промышленных предприятиях: автореферат // Нижегородский государственный университет, 2019 г. – 22 с.
6. Абросимова А. А. Теоретический аспект методологии Бережливого производства // Дискуссия. – Екатеринбург, 2019. – № 9. – с. 32-35

7. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы/ Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. М., 2000. – 256 с.
8. Ансофф И. Стратегия управления/И. Ансофф. М.:Экономика, 2020. – 384 с.
9. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов/Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. М., 2001. – 576 с.
10. Березовский Э. Э. Инструменты и методы управления предприятием на основе Lean-концепции: автореферат // Кубанский государственный университет, 2019 г. – 26 с.
11. Блинов А.О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 4
12. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Б70 Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2021. — 944 с.
13. Бовин А.А. Управление инновациями в организации: учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации» / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. 2-е изд., стер. М.: Издательство «Омега- Л», 2018. – 415 с.
14. Бурцева Т.А., Сизов В.Ц., Цень О.А. Управление маркетингом: учеб. пособие/ Т. А. Бурцева, В. Ц. Сизов, О. А. Цень. М., 2020. – 272 с.
15. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономист, 2018. – 296 с.
16. Галицкий Е., Галицкая Е. Маркетинговые исследования. М.: Юрайт, 2019. 540с.
17. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 2000. – № 3.
18. Голубков Е. П. Основы маркетинга//Финпресс. – 2021. – 656 с.
19. Давыдова Н.С. Бережливое производство: монография.Ижевск, Изд-во Института экономики и управления, ГОУВПО «УдГУ». -2019 – 138с.
20. Данилов И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции / И.П. Данилов. М.: Пресс-сервис, 1997. – 420 с.
21. Джеймс П. Вумек, Даниэл Т. Джонс. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. — М.: Альпин Бизнес Букс, 2021. — 472 с.
22. Джеймс П. Вумек, Даниэл Т. Джонс. Продажа товаров и услуг по методу Бережливого производства. — М.: Альпин Бизнес Букс, 2019. — 264 с.
23. Дульзон А. А. Управление проектами: учебное пособие / А. А. Дульзон; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 3-е изд., перераб. и доп. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2019. – 334 с.
24. Емекеев А. А. Инновационные подходы к реализации принципов Бережливого производства на предприятии: автореферат// Альметьевский государственный нефтяной институт, 2019. – 28 с.
25. Завьялов П. С. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка //Маркетинг. – 2021. – № 5. – с. 214.
26. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. – 2018.– № 1-2.
27. Золотова Я. В. Экономика общественного питания : учебное пособие / Хабар. гос. акад. экономики и права, каф. экономики и упр. на предприятиях торговли. - Хабаровск : ХГАЭП, 2019. - 80 с
28. Иванов А.П., Хрусталева Е.Ю. Метод формирования и оценки конкурентной стратегии компании (финансовый аспект) // Финансовый менеджмент. - 2020. - № 5
29. Казаков С. Исследование уровня клиентской удовлетворенности и формирующих ее факторов на примере испанских отелей // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2019. №5 (119). С. 384-395
30. Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции конкурентоспособности в научных исследованиях // Теоретическая конкуренция. – 2019. – № 6. – с. 72.
31. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2021. — 464 с.
32. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с английского В. Б. Боброва. – Москва: Издательство «Прогресс», 1991. – 651 с.
33. Котлер, Ф., Боуэн, Дж., Мейкенз, Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. М.: ЮНИТИ, 1998 с. 109-115
34. Котляревская, И. В. Маркетинг в инновационной сфере: учебное пособие / И.В.Котляревская — Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2021. – 236 с.

35. Котляревская И.В., Илышева М.А., Яценко О.Ю., Патракова Д.И. Повышение конкурентоспособности компании в концепции Бережливого производства. / Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2020. – № 15. – с.46-57.
36. Котляревская И.В., Романова С.А. Маркетинг: учебное пособие: в 2 ч./Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2020. Ч. 1. – 190 с.
37. Кэмпбелл К. Управление проектом на одной странице: пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2020. – 160 с.
38. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж-Ж. Ламбен. СПб., 2018. – 539 с.
39. Левинсон У., Рерик Р. Бережливое производство: синергетический подход к сокращению потерь/ Пер. с англ. А.Л.Раскина: Под науч. Ред. В.В. Брагина. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2021. – 272 с.
40. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров / И. М. Лифиц. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 437 с.
41. Мазилкина Е.И., Паничкина Г. Г. Управление конкурентоспособностью/Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. М., 2020. – 326 с.
42. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. М12 Управление проектами: Учебное пособие / Под общ. ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2018. – 664 с.
43. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы, политика: Пер. с 14-го англ. изд. – М.:ИНФРА-М, 2003. – 972 с.
44. Манн Д. Бережливое управление бережливым производством. – М: Стандарты и качество, 2020. – 208 с.
45. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. М. : Альфа-пресс, 2019. – 206 с.
46. Миронова Н. В. Маркетинг различных типов услуг // Маркетинг в России и за рубежом. № 4. 2003.
47. Мокроносов, А. Г.Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2019. – 194 с.
48. Мурашова С.Ю. Роль и место общественного питания в современной системе хозяйствования// Успехи современного естествознания. – 2018.– № 7. – С. 103-104
49. Наумов В.Н. Модели поведения потребителей в маркетинговых системах: Учебное пособие / Под ред. Г.Л. Багиева – СПб.: Санкт- Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2020. 248 с.
50. Патракова Д. И. Повышение эффективности деятельности предприятия за счет внедрения концепции бережливого производства / Д. И. Патракова, М. А. Илышева // XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен». Екатеринбург, 2020 г.: сборник докладов. — Екатеринбург : Издательство УМЦ УПИ, 2018. — Ч. 1. — С. 502-514.
51. Попов Ю. И., Яковенко О. В. Управление проектами: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2021. – 208 с.
52. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/М. Портер. М., 2021. – 720 с.
53. Портер. М. Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. ; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 2018. – 896 с.
54. Савельев Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы: учебник. Ростов н/Д.: Феникс, 2020. – 382 с.
55. Сафронова К.О. Концепция «Бережливое производство»: особенности использования на отечественных и зарубежных предприятиях / К.О. Сафронова // Проблемы теории и практики управления. – 2019. – № 12. – с. 114-119
56. Сафронова, К.О. Теоретические основы концепции бережливого управления операционной системой бизнеса [Текст] / К.О. Сафронова // Современный менеджмент: вопросы теории и практики: сб. ст. аспирант. и студ.; науч. ред. М.Ю. Шерешева. – М., 2019. – № 5. – с. 150-162
57. Сафронова К.О. Человеческий фактор в функционировании думающего предприятия «LeanThinking» / К.О. Сафронова // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 12. – с. 382-387.
58. Скударь, Г. М. Интегрированная концепция: «Бережливое производство + шесть сигм»: учебное пособие / Г. М. Скударь. – Краматорск, 2020. – 74 с.
59. Тайити О. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства – М.: ИКСИ, 2020. - 192 с.
60. Третьяк О.А. Ценность клиента в течение его жизненного цикла: развитие одной из ключевых идей маркетинга взаимоотношений // Российский журнал менеджмента. 2019. № 9 (3). С. 55-68
61. Фасхиев Х. А. Определение конкурентоспособности предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. - 2020. - № 4
62. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Изд-во Эксмо, 2020. — 544 с.
63. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра./ Г. Форд. – М.: АСТ, 2020. – 447 с.

64. Ципес Г., Товб А. Проекты и управление проектами в практике современной компании. – М.: Олимп-бизнес, 2020. –480 с.
65. Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования. 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева. — СПб.: Питер, 2021. — 704 с.: ил. — (Серия «Классический зарубежный учебник»).
66. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. – 2-е изд. (испр. и доп.).– М. ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 384 с.
67. Anderson, E.W., Fornell, C. "A Customer Satisfaction Research Prospectus." In R.T. Rust & R.L. Oliver (eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, 241-268. ThousandOaks, California: Sage, 1994.
68. Auty, S. (1992). Consumer choice and segmentation in the restaurant industry. *TheServiceIndustriesJournal*, Vol. 12 No. 3, pp. 324-339.
69. Bitner, M.J., & Hubbert, A.R. "Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality." In R.T. Rust & R.L. Oliver (eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, 72-94. ThousandOaks, California: Sage, 1994.
70. Blattberg, R.A. & Deighton, J., (1996). "Manage Marketing by the Customer Equity Test" *Harvard Business Review*, July-August, pp.136-144.
71. Bolton, R., Lemon, K. and Verhoef, P. (2018) The Theoretical Underpinnings of Customer Asset Management: A Framework and Propositions for Future Research. *JournaloftheAcademyofMarketingScience*, 32, 271-292.
72. Chand, M. (2019). The impact of HRM practices on service quality, customer satisfaction and performance in the Indian hotel industry. *International Journal of Human Resource Management*, 21(4), PP.551-566.
73. Ekinci, Y., Dawes, P. L., & Massey, G. R. (2018). An extended model of the antecedents and consequences of consumer satisfaction for hospitality services. *European Journal of Marketing*, 42(1/2), PP.35-68.
74. Hogan, J.E., Lemon, K.N., & Rust, R.T. (2002). Customer Equity Management: Charting New Directions for Future of Marketing. *JournalofServiceResearch*, 5 (1), 4-12.
75. Fu, H. (2019). An exploration of the role of product and service elements affecting customer satisfaction in UK hotels. In T. Wen, L. Thomas & L. Sun (Eds.), *Proceedings of the Fifth International Symposium on Green Hospitality and Tourism Management* (pp. 504-519). Marietta, GA: American Scholars Press.
76. Huang, V. (2021). How to Choose a restaurant. Accessed on 12 May 2021.
77. Jillian C. Sweeney, Lester W. Johnson, Robert W. Armstrong, "The effect of cues on service quality expectations and service selection in a restaurant setting", *The Journal of Services Marketing*, vol.6, no.4, pp.15-22, 1992.
78. June, L.P. and Smith, S.L.J. (1987). Service attributes and situational effects on customer preferences for restaurant dining. *JournalofTravelResearch*, Vol. 26 No. 2, pp. 20-7.
79. Kralj, A., &Solnet, D. (2019). Service climate and customer satisfaction in a casino hotel: An exploratory case study. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), PP.711-719.
80. Lewis, R. (1981). Restaurant advertising: appeals and consumers' intentions, *Journal of Advertising Research*, Vol. 21 No. 5, pp. 69-74.
81. Nam, J., Ekinci, Y., &Whyatt, G. (2019). Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 38(3), PP.1009-1030.
82. Parasuraman, A. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research [Text] / A. Parasuraman, L. L. Berry, V. A. Zeithaml. *Journal of Marketing*. 1985. Vol. 49.
83. Prentice, C. (2019). Service quality perceptions and customer loyalty in casinos. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), PP.49-64.
84. Ramanathan, U., & Ramanathan, R. (2019). Guests' perceptions on factors influencing customer loyalty: An analysis for UK hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(1), PP.7-25.
85. Ryu K., Lee H.R., Kim W.G.The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2019. Vol. 24 (2) .PP. 200-223
86. Torres, E., & Kline, S. (2019). From customer satisfaction to customer delight: Creating a new standard of service for the hotel industry.
87. Wu, C.H.J., & Liang, R.D. (2020). Effect of experiential value on customer satisfaction with service encounters in luxury-hotel restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), PP.586-593.
88. Zhang, X.J., & Li, H.M. (2020). Budget hotel customer satisfaction analysis based on SERVQUAL model. *Strategic Management Engineering: Enterprise, Environment and Crisis*, 1, PP.64-68.
89. Годовой отчет TMRestaurants за 2018 г.
90. Отчет по клиентам TMRestaurants за 2018 г.
91. Гриценко П. Рестораны и бары теряют посетителей: Россияне переключаются на фастфуд и доставку еды домой [Электронный ресурс]//Ведомости.

21.12.18.URL:<http://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/12/21/621783-rossiyane-pereklyuchayutsya-fastfood-dostavku-domoi>

92. Определение удовлетворенности клиента по модели Кано [Электронный ресурс]. URL: http://studopedia.ru/9_165381_opredelenie-udovletvorennosti-klienta-po-modeli-kano.html

93. Официальный сайт ресторана «Своя компания». Режим доступа: <https://svoya-kompaniya.ru/>

94. Ресторанные итоги — 2020 [Электронный ресурс] // HoReCaMagazine. 09.01.2018. URL: <http://www.horeca-magazine.ru/article/4424/>

95. Тренды российского рынка общепита — 2018 [Электронный ресурс] // HoReCaMagazine. 07.03.2018. URL: <http://www.horeca-magazine.ru/article/4661/>

96. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

97. Consumer Foodservice in 2018: Key Insights for Global Operators // Euromonitor International. January 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.euromonitor.com/consumers-in-2018/report>

98. Parpal M. An Overview of Different Restaurant Types Parpal M. An Overview of Different Restaurant Types [Электронный ресурс]. URL: <http://www.foodservicewarehouse.com/education/restaurant-management-and-operations/an-overview-of-different-restaurant-types/c27994.aspx>.

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/diplomnaya-rabota/264716>