

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/289602>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Гостиничное дело

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ 6

- 1.1. Современные подходы к разработке стратегий развития предприятий общественного питания 6
- 1.2. Нормативно-правовое регулирование деятельности предприятий общественного питания 14
- 1.3. Современное состояние рынка предприятий общественного питания в г. Барнауле 17

ГЛАВА 2. ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ 21

- 2.1. Описание бизнеса, продукта или услуги 21
- 2.2. Продажи и маркетинг 50
- 2.3. Организационная структура 56
- 2.4. Оценка экономической эффективности капитальных вложений 60

ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СТОЛОВОЙ ООО «АЛТАЙЛЕСТЕХМАШ» 63

- 3.1. Разработка бизнес-проекта столовой ООО «Алтайлестехмаш» 63
- 3.2. Оценка экономической эффективности бизнес-проекта ООО «Алтайлестехмаш» 69
- 3.3. Оценка рисков и страхование проекта. Современные программные продукты в сфере бизнес-планирования 72

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 75

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ 77

ПРИЛОЖЕНИЕ 80

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность и степень изученности темы. В реалиях современности в экономике нашей страны происходят рыночные трансформации, которые выражаются в институциональных и структурных изменениях экономической системы.

В условиях неопределенности развития внутренней экономики, а также повышенной изменчивости внешней среды, повышается необходимость формирования стратегии развития во многих организациях с целью выявления угроз и проблем, которые возникают вследствие влияния различных факторов, оказывающих огромное воздействие на финансовую устойчивость организации.

В условиях высокого уровня конкуренции и необходимости формирования нового рынка сбыта, необходимо выявить какие факторы способствуют повышению эффективности продаж в конкретной отрасли.

Разнообразие предприятий общественного питания позволяет современному человеку максимально удовлетворить свои потребности: питание, приятное времяпрепровождение, организация различных мероприятий. Однако сейчас, в связи с ухудшением общей экономической ситуации в стране, набирает популярность формат столовых, в условиях которых можно накормить посетителей оперативно, вкусно и, самое главное, за умеренную плату. предприятия общественного питания играют важную роль в создании материальных условий, повышающих благосостояние государства. Поэтому требуется повышать качество проектирования, осуществлять строительство по более прогрессивным экономическим проектам.

Цель проекта – на основе анализа стратегий развития предприятий общественного питания разработать бизнес-проект столовой ООО «Алтайлестехмаш»

Объект – предприятия общественного питания.

Предмет – формирование стратегии развития компании сферы общественного питания.

При достижении указанной цели в выпускной квалификационной работе необходимо решить задачи:

- исследовать теоретические аспекты оценки стратегии развития столовой ООО «Алтайлестехмаш»;
- рассмотреть нормативно-правовое регулирование деятельности предприятий общественного питания;

- изучить современное состояние рынка общественного питания в городе Барнауле;
- изучить организационно-экономическую характеристику ООО «Алтайлестехмаш»
- провести анализ конкурентной стратегии предприятия общественного питания на местном рынке услуг общественного питания;
- провести анализ внутренней и внешней среды ООО «Алтайлестехмаш»;
- разработать бизнес-проект столовой ООО «Алтайлестехмаш»;
- разработать механизмы продвижения столовой ООО «Алтайлестехмаш» на рынок предприятий общественного питания;
- провести оценку экономической эффективности выбранной стратегии.

Методологической основой написания выпускной квалификационной работы стали труды отечественных и зарубежных исследователей в области стратегического развития предприятия питания. Методы исследования.

Методы исследования, используемые в данной работе, следующие: сбор, анализ и систематизация теоретического материала, методы экономического, системного и логического анализа, горизонтальный и вертикальный анализ, метод расчета финансовых коэффициентов, сравнения, прогнозирования и др.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав: (теоретический аспект исследуемой проблемы, порядок проведения практического исследования, результаты исследования, рекомендации по совершенствованию эффективности компании, оценка предложенных мероприятий), заключения, списка литературы.

В ходе написания представленной работы использовались следующие информационные источники: научные статьи, книги, периодические журналы, интернет-источники. Работа состоит из трех глав: основного текста, введения, заключения и списка использованных источников и приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Современные подходы к разработке стратегий развития предприятий общественного питания

В научной литературе нет единой трактовки понятия «стратегия», так как оно многогранно и каждый автор выделяет определенный аспект, который считает наименее значимым. Среди первых авторов, представивших трактование понятия «стратегия» – Чандлер А. Он полагал, «стратегия – это определение основных долгосрочных целей и задач организации и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей» [19, с. 21].

Представленное трактование являет классическую точку зрения на сущность стратегии. После дефиницию стратегии расширили и преобразовали несколько ученых сферы стратегического менеджмента [19, с. 22].

Например, Ансофф И. считает, что «стратегия – набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности». Этот автор исследуя характеристики стратегии, формулирует определение стратегии и ее ориентира (видения): «Ориентир представляет собой цель, которую стремится достичь фирма, а стратегия – средство для достижения цели» [7, с. 11].

Ученый Минцберг Г. представил несколько обобщенное трактование «стратегии»: «стратегия – это модель (образец поведения) в потоке будущих действий или решений». Позже автор представил рассматриваемую дефиницию как совокупность пяти определений стратегии (пяти «П»): стратегия – план, направление развития; стратегия – принцип поведения, следования определенной модели поведения; стратегия – позиция, расположение определенных товаров на конкретных рынках; стратегия – перспектива, основной способ действия организации; стратегия – прием, особый маневр с целью обмануть, запугать, перехитрить конкурентов [32, с. 8].

Аналогичный взгляд имел Пирс Д.: «стратегия – это модель размещения ресурсов, дающая возможность компании совершенствовать итоги ее хозяйственной деятельности [17, с. 9].

Стратегия организации являет собой концепцию бизнеса, ее фундамент – желание индивида (собственника) реализовать себя через ведение бизнеса. Для претворения в жизнь личных идей, следует привлечь к проекту иных участников, учесть интересы других акторов.

Стратегии организации бывают разных видов или в различных областях, так выделяют следующие стратегии: финансовую, маркетинговую, кадровую, сбытовую стратегию.

Рассматриваемая экономическая категория вбирает компоненты:

- систему целей, состоящую из: миссии, генеральной цели, общеорганизационных и специфических целей;
- приоритеты (основополагающие принципы) распределения ресурсов и реализации действий;
- правила, регламентирующие процесс реализации стратегии.

Чтобы эффективно функционировать на рынке требуется правильно разработать стратегию, в частности осуществить правильный ее выбор. [10, с. 19].

Часто встречается такое трактование понятия «стратегическое планирование»: данное планирование является собой процесс формирования стратегии и базовых методик, методов и инструментария ее реализации [11, с. 7].

Его понимают как адаптивный процесс, его итог связан с периодической корректировкой разработанных и принятых, реализуемых управленческих решений, представленных в качестве планов, и пересмотром предпринимаемых мероприятий по выполнению показателей планов, опираясь на постоянный контроль и анализ возникающих трансформаций функционирования организации [11, с. 8]. Стратегическое планирование – базовая функция управления, его суть – формирование спектра действий, разработка управленческих решений, дающих возможность компании реализовать поставленные цели и построится к постоянно меняющейся внешней среде в определенный отрезок времени [11, с. 8].

Рассматриваемый вид планирования затрагивает все стороны функционирования организации. Данное планирование коррелирует с трансформациями компании, имеющими потенциал к проявлению в планируемом временном промежутке [11, с. 8].

Сфера общественного питания представляет для потребителей немаловажную значимость - удовлетворение потребностей населения в питании. Также предприятия общественного питания занимают свою нишу в экономике страны. От того, как выполняется основная задача общественного питания, зависит здоровье, работоспособность и качество жизни людей, поэтому, к вопросу организации процесса, необходимо допускать лица, обладающие определенной степенью компетенции. При этом, в условиях рыночной экономики, уровень профессионализма руководителей, занятых в общественном питании должен регулярно повышаться. Общественное питание – это важнейшая сфера, входящая в основные отрасли сферы обращения и решает значимую социально-экономическую задачу совершенствования социума – достижение лучшего уровня материального и культурного благополучия сотрудников компании для удовлетворения потребностей посетителей.

Главный вопрос эффективности – это все вопросы выбора: какие продукты производить, как правильно построить стратегию классификации, выбор методов производства и оптимальное распределение ресурсов. Это предопределяет проявление группы факторов, которые можно выделить для повышения эффективности производства:

- активизация человеческого фактора;
- повышение технологического уровня производства, инновационная политика.

К важнейшим составляющим эффективности организации относятся следующие:

- рыночная составляющая – применяемые стратегии, объем спроса на товар и доля рынка, занимаемая предприятием, количество конкурентов, уровень конкурентоспособности;
- производственная составляющая – объем производства товаров, потенциал ОПФ, потенциал применения сырья и материалов, резервы развития кадров;
- финансовый компонент: уровень финансовых индикаторов производства (прибыльности, ликвидности, платежеспособности), инвестиционная привлекательность [5].
- оборачиваемость основных средств;
- экономическая эффективность кадров;
- изменение объема производства по сравнению с предшествующим периодом;
- рентабельность продаж и инвестиций

В современной литературе принято считать, что для измерения эффективности производства необходимо использовать систему показателей. На наш взгляд, система показателей наиболее соответствует современным условиям и позволяет более полно оценить эффективность производства.

Иная группа экспертов полагает, в целях оценки планируемой результативности и результативности производства по факту (и в масштабах государства, и для отраслей, компаний, территорий) необходимо применять интегрированную систему индикаторов, а не единичный либо 2-3 общих индикатора. Например, автор Ю.А. Константинов уточнил: «Нам думается, неправильно проблему оценки эффективности общественного производства сводить к выбору одного комплексного, обобщающего критерия. Стандарт эффективности является общим выражением показателя развития производства. Он специфичен для каждой социально-экономической системы и определяет ее основные характеристики, а это диктует форму»

эффективности на поверхности экономической жизни.

Под совокупностью мероприятий по осуществлению качественных изменений, направленных на достижение финансового эффекта, станем понимать комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственно-технических, организационных, финансовых, коммерческих и других событий, приводящих к нововведениям и, как следствие, содействующих наращиванию конкурентоспособности продукции (товара или услуги), увеличению стоимости фирмы, которая вводит инновационный проект.

Виды инновационных проектов в системе качественных изменений делятся также по уровню научно-технической значимости и по масштабности решаемых задач. По уровню научно-технической значительности различают модернизационные, новаторские, опережающие и пионерский инновационные проекты.

1. Модернизационные проекты. Прототип продукта, его конструктивные особенности, технология производства принципиально не меняется.

2. Новаторские проекты. В конструкцию продукта вносятся существенные улучшения.

3. Опережающие проекты. Используются опережающие решения, принципиально отличающие новый продукт от старого.

4. Пионерные проекты. Разрабатываются совершенно новые материалы, конструктивные решения, появляются уникальные технологии.

Инновационные проектные задачи с учетом масштабности реализуемых проектов делятся на 3 группы.

1. Монопроекты. Единственная инновационная идея воплощается и продвигается на рынок в рамках действий одной компании.

2. Мультипроекты. Решают многоплановые технологические задачи.

3. Мегапроекты. Многоцелевые и межотраслевые программы с централизованным государственным финансированием [26, с. 10].

Задача качественных изменений заключается в способности менеджеров в любой момент ассоциировать текущее положение разработки с техническими требованиями, воплотить в жизнь выбор дальнейших поступков, оптимизировать его и, главное, оценить влияние этого выбора на окончательные результаты работы.

Точность планирования достигается внедрением методов, обладающих такими качествами, как согласованность, эффективность, достаточность. Согласованность заключается в наивысшем приближении оцениваемого параметра к данному значению путем неоднократного «проигрывания» соответственной модели; возможность неверного выбора быстро снижается. Эффективность состоит в наивысшем приближении диапазона изменений планируемой величины к заданному диапазону путем наращивания числа наблюдений.

Главная цель необходимых трансформаций качественного характера области управления персоналом – создание результативных объемов и масштабов, стимулирование необходимых параметров темпа обновления системы управления персоналом согласно существующим и перспективным потребностям, задачам, целями компании, и сложившимся в реалиях времени закономерностями развития кадров, требования и стандартам к уровню совершенствования сотрудников [20, с. 93].

Существующий основной вектор трансформаций качественной формы в управлении кадрами коррелирует относительно главных задач:

- повышение результативности работы;
- качественное обучение и развитие сотрудников;
- совершенствование профессиональных взаимоотношений, формирование атмосферы творчества;
- повышение уровня и качества жизни сотрудников компании;
- поддержка конструктивных идей и проектов, исходящих от работников;
- максимальное применение мастерства и потенциала персонала;
- увеличение уровня восприимчивости и адаптивности сотрудников к изменениям [21, с. 269].

Роль качественных изменений в управлении кадрами реализуется в:

- росте экономической и социальной эффективности инвестиций в трудовые ресурсы;
- увеличении личного потенциала индивида, его социальной защищенности, максимально возможных параметрах самореализации, возможности иметь уровень дохода выше, чем в настоящий момент;
- увеличении рынка труда, снижении уровня и параметров безработицы;
- совершенствовании малого и среднего бизнеса; активизации значения качественных трансформаций в воспроизводстве человеческого капитала;

– усилении конкурентоспособности, росте доходов, в результате – увеличение результативности экономики и рост ВВП, национального дохода, уровня жизни людей [21, с. 70].

Новое видение и внедрение современных методик управления кадрами основываются на факторах:

- сотрудники имеют эмоционально-осмысленной реакцией на внешнее воздействие, относительно указанной причины – взаимодействие компании и сотрудника являет взаимный двусторонний процесс;
- людям свойственно улучшение имеющихся компетенций на принципе постоянства – это подразумевает присутствие долговременного и значимого источника увеличения результативности деятельности компании;
- взаимосвязь между сотрудниками и компанией обладает потенциалом долгосрочности существования;
- человек приходит в компанию в организацию осознанно, имея определенные потребности и нацеленность, по этой причине хотят видеть от компании поддержку в этом [25, с. 154].

В научной литературе, как правило, приводятся две точки зрения относительно сущности определения «инновационный проект» [11, с. 22]:

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

- 1 ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный.
- 2 ГОСТ 30390-2013 Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 3 ГОСТ 30524-2013 Услуги общественного питания. Требования к персоналу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 4 ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 5 ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 6 ГОСТ 31987-2012 Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 7 ГОСТ 32692-2014 Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 8 СанПиН 2.2.4.548-96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 9 СП 2.3.6.1079-01 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья (с изменениями на 10 июня 2016 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 10 СП 118.13330.2012* Общественные здания и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 31-06-2009 (с Изменениями N 1, 2) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 11 СанПиН 2.3.2.1078-01 Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов (с изменениями на 6 июля 2011 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gost.ru, свободный.
- 12 Постановление Правительства Российской Федерации N 1036 от 15 августа 1997 года «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания» (с изменениями на 4 октября 2012 г.). – Режим доступа: <http://base.garant.ru/166149>, свободный.
- 13 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» ТР ТС 021/2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: gost.ru, свободный.
- 14 Трудовой кодекс Российской Федерации. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации М., 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901807664>, свободный
- 15 Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/10106035/>, свободный.
- 16 Грекова Ю. SWOT-анализ: правила и примеры составления: Генеральный директор. 2016. №5. – URL: www.gd.ru/articles/8078-swot-analiz (дата обращения 27.10.2022).
- 17 Каталог товаров [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.suharevka.ru/catalog> (дата обращения 27.10.2022).

- 18 Комаров, Е.И. Стратегический менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Е.И. Комаров. – М.: Инфра-М, 2020. – 310 с.
- 19 Константинов, Г.Н. Стратегический менеджмент. Концепции. [Текст]: учеб. / Г.Н. Константинов. – М.: ЮНИТИ, 2020. – 332 с.
- 20 Лясников, Л.В. Стратегический менеджмент [Текст]: учебное пособие / Л.В. Лясников. – М.: КНОРУС, 2021. – 540 с.
- 21 Медведева, Л. Л. Планировочные решения предприятий общественного питания: учеб. Пособие / Л.Л. Медведева, Ю.Г. Кузменко. – Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2003 – 73 с.
- 22 Никуленкова, Т.Т. Проектирование предприятий общественного питания / Т.Т.Никуленкова, Г.М.Ястина. – М.: КолосС, 2006. – 247 с.
- 23 Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие / С. И. Главчева, Е. И. Коваленко. - Новосибирск: НГТУ. – 2010. – 402 с.
- 24 Порцев В.З., Фролова Г.Ф., Решетников И.Ф. Структура и правила оформления текстовых документов. – Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2019. – 30 с.
- 25 Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. 1 ч. Сборник технологических нормативов. – М.: Изд. «Хлебпродинформ»,1996. – 616 с.
- 26 The Complete Guide to Restaurant Kitchen Design // POS Sector. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://possector.com/hygiene/restaurant-kitchen-design> (дата обращения 27.10.2022).
- 27 V. Swapna, M. Firdouse Ali Khan. Design And Implementation Of Ordering System For Restaurants // International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT) Vol. 1 Issue 10, December- 2012. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ijert.org/research/design-and-implementation-of-ordering-system-for-restaurants-IJERTV1IS10090.pdf> (дата обращения 27.10.2022)

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/289602>