

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/kurovaya-rabota/399333>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стандартизация

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСТОРАНАХ 5

1.1 Формы и методы обслуживания в ресторанах 5

1.2 Службы ресторана и их функциональные обязанности 10

1.3. Инновационные технологии обслуживания в ресторанах 12

2 ИЗУЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСТОРАНАХ 14

2.1 Изучение нормативно-правовых актов к организации обслуживания в ресторанах 14

2.2 Изучение правил внутреннего трудового распорядка в ресторане 16

2.3. Изучение отзывов гостей в сети Интернет о качестве обслуживания в нижегородских ресторанах 21

2.4 Предложения по совершенствованию сервиса в ресторанах 22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 39

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность Сфера услуг - быстрорастущая отрасль экономики. Он выполняет такие функции, как промышленность, а именно - создание рабочих мест, обеспечение поступлений в бюджет, привлечение инвестиций в экономику. В условиях экономического кризиса в стране культура обслуживания особенно важна, так как многие предприятия сервиса считают потребителей излишне «коррупцированными». Но даже в условиях финансовых трудностей можно обеспечить высокую культуру обслуживания, в частности, за счет удовлетворения эмоциональных потребностей клиентов, умелого учета их мотивов и желаний. Например, культура обслуживания означает, что при общении с сотрудником клиент должен устанавливать доверительную атмосферу. Поэтому успех услуги во многом зависит от характера отношений с потребителем в процессе оказания услуги.

Обеспечение высокого качества обслуживания тесно связано с удовлетворением потребностей покупателя. Это взаимодействие сегодня определяет рыночную политику любой фирмы, тем более что в развитых европейских странах права потребителя на качественные услуги имеют жесткую законодательную основу. В международном стандарте ISO 9004-2 «достижение и поддержание качества в организации» заключается в системном подходе к совместному руководству качеством для обеспечения понимания и удовлетворения потребностей потребителя. Достижение качества требует соблюдения принципов качества на всех уровнях организации, а также постоянного анализа и совершенствования системы общего руководства качеством». Эта тема сегодня особенно актуальна, так как современные компании в своей деятельности сталкиваются с жесткой конкуренцией, которая в ближайшие годы усилится. Рассматривая производителей и потребителей как равноправных партнеров, определяя их общие цели в сервисной деятельности, философия может реализовывать единые духовные ценности (например, «клиент всегда прав»), тем самым полностью согласовывая и гармонизируя их поведение. В свою очередь, совместные действия и взаимопонимание всех участников сервисной активности приводят к тому, что положительный результат сервиса многократно усиливается.

Целью работы является анализ обслуживания как фактор формирующий качество услуг предприятий общественного питания.

Для реализации цели в процессе исследования поставлены следующие задачи:

- ☐ изучить понятие сервиса предприятий общественного питания;
- ☐ рассмотреть основные аспекты обслуживания посетителей в ресторане;
- ☐ привести организационно-экономическую характеристику предприятия общественного питания;
- ☐ провести анализ системы обслуживания посетителей;
- ☐ разработать мероприятия по совершенствованию организации обслуживания посетителей;

Объектом исследования является ООО «Буфет» Предмет исследования - организация обслуживания в ресторане.

Методологическую основу работы составляют фундаментальные положения науки, системный подход к изучению исследуемых объекта и предмета, труды отечественных ученых, посвященные анализу сервисной деятельности.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования предложенных рекомендаций по совершенствованию сервисного обслуживания посетителей ресторана.

Цель и задачи исследования определили структуру работы, она состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСТОРАНАХ

1.1 Формы и методы обслуживания в ресторанах

Процесс обслуживания - это совокупность операций, выполняемых подрядчиком в непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации кулинарных изделий и проведении развлекательных мероприятий. Услуги общественного питания должны соответствовать требованиям безопасности и окружающей среды, предназначению и предоставляться потребителям в условиях, соответствующих требованиям действующих нормативных актов. Основная услуга - это служба общественного питания, которая представляет собой услуги по производству кулинарных изделий и созданию условий для их реализации и потребления в соответствии с типом и классом предприятия. Услуги по организации обслуживания включают в себя:

1. Организация и сопровождение торжеств, ритуальных мероприятий
2. Организация питания и обслуживания участников конференций, совещаний и культурных мероприятий.
3. Услуги официанта, бармена по обслуживанию на дому
4. Доставка кулинарных изделий и кондитерских изделий, а также обслуживание потребителей в офисах и на дому
5. Обслуживание потребителей на маршруте пассажирского транспорта
6. Обслуживание номеров в отеле
7. Организация рационального комплексного питания.

Культура обслуживания - один из основных критериев оценки деятельности работников общественного питания. К числу наиболее важных факторов, определяющих культуру обслуживания, относятся:

Наличие современной логистической базы

1. Тип и виды предоставляемых услуг
2. Ассортимент и качество продукции
3. Внедрение прогрессивных форм обслуживания
4. Уровень рекламно-информационной работы
5. Профессиональные навыки работников сферы питания

Форма обслуживания клиентов - это разновидность или комбинация методов обслуживания клиентов.

Метод (method) обслуживания клиентов - это способ (method) продажи товаров потребителям, организационные мероприятия в процессе предоставления услуг. Метод обслуживания потребителей - это способ продажи потребителем продуктов общественного питания. Предприятия общественного питания используют такие методы обслуживания, как самообслуживание, обслуживание официантами и барменами, а также комбинированный метод. Самообслуживание применяется в столовых и закусочных. В этом случае потребитель сам получает посуду, подает ее к столу и убирает использованную посуду за собой [14, с. 73]. Для ускорения обслуживания используется метод частичного самообслуживания, при котором столы могут быть накрыты заранее. Этот метод часто используется в столовых в учебных заведениях. На столах ставятся кастрюли для супа, из которых потребитель сам наливает суп, а использованную посуду убирает в мойку. Согласно методике расчета, самообслуживание осуществляется с предоплатой, с последующей оплатой, с оплатой после приема пищи.

При самообслуживании с предоплатой потребитель, ознакомившись с меню, выбирает в кассе желаемое блюдо и оплачивает его. После того, как он пробует чеки, у него на руках будет блюдо. При самообслуживании и последующей оплате потребитель выбирает блюда при раздаче и оплачивает их в кассе в конце очереди раздатчика. Этот метод расчета ускоряет процесс технического обслуживания. Кроме того, потребитель видит блюдо, которое он хочет взять. В барах используется система самообслуживания с мгновенным выставлением счетов, при которой потребитель выбирает блюдо, получает его и оплачивает. Все эти операции выполняются барменом. Этот метод также возможен при обслуживании в буфетах и закусочных [6, с. 59].

При самообслуживании после еды потребитель действует так же, как и при самообслуживании после еды, с

той лишь разницей, что чек, полученный в кассе, оплачивается при выходе из зала. Услуги официантов и барменов используются в барах, ресторанах и кафе. Обслуживание официантами применяется на тех предприятиях, где реализуются не только услуги общественного питания, но и организован отдых потребителя.

Комбинированный метод обслуживания сочетает в себе два метода - самообслуживание и обслуживание официантами. Таким образом, кафе может работать по методу самообслуживания в течение дня, а вечером пользоваться услугами официантов. В зависимости от класса ресторана к методам обслуживания предъявляются определенные требования. В рестораны класса люкс и высшего класса допускаются только официанты, бармены, гости отеля, имеющие специальное образование и профессиональную подготовку. Самообслуживание разрешено в первоклассных ресторанах

1. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с.
2. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2020. - 256 с.
3. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 260 с.
4. Безрутенко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд. / Ю.В. Безрутенко. - М.: Дашков и К, 2021. - 232 с.
5. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации [Текст]: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2016. - 306 с.
6. Бурняшева, Л.А. Сервисная деятельность / Л.А. Бурняшева. - М.: КноРус, 2020. - 160 с.
7. Быкардов Л.В., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия: Практическое пособие. - М. Изд-во ПРИОР, 2017. - 227 с.
8. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность (для бакалавров) / В.Г. Велединский. - М.: КноРус, 2019. - 432 с.
9. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность: Учебник / В.Г. Велединский. - М.: КноРус, 2019. - 176 с.
10. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2017. - 280 с.
11. Калачев, С.Л. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев; Под общ. ред. проф., д.э.н. Ж.А. Романович. - М.: Дашков и К, 2020. - 284 с.
12. Кузнецова, В.В. Сервисная деятельность (для бакалавров) / В.В. Кузнецова, О.И. Ларина. - М.: КноРус, 2019. - 176 с.
13. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2021. - 368 с.
14. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. - М.: Инфра-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2021. - 288 с.
15. Павлова, Г.Ю. Сервисная деятельность / Г.Ю. Павлова. - М.: КноРус, 2020. - 77 с.
16. Резник, Г.А. Сервисная деятельность: Уч. / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: Инфра-М, 2019. - 216 с.
17. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. - М.: Дашков и К, 2015. - 284 с.
18. Рубцова, Н.В. Сервисная деятельность: Учебник / Н.В. Рубцова, Н.Н. Даниленко. - М.: Academia, 2022. - 480 с.
19. Руденко, Л.Л. Сервисная деятельность: Учебное пособие / Л.Л. Руденко. - М.: Дашков и К, 2019. - 208 с.
20. Свириденко, Ю.П. Сервисная деятельность в обслуживании населения: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - СПб.: Лань, 2018. - 192 с.
21. Свириденко, Ю.П. Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: Инфра-М, 2018. - 256 с.

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/kurovaya-rabota/399333>