

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/53475>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Организация производства и обслуживания в предприятиях общественного питания

ВВЕДЕНИЕ 8

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ 10

1.1 Состояние и тенденции развития общественного питания 10

1.2 Роль производственного процесса в функционировании предприятия питания 15

1.3 Современное технологическое оборудование как важная составляющая эффективности производства 18

2. АНАЛИЗ РАБОТЫ РЕСТОРАНА 24

2.1 Анализ внешней и внутренней среды предприятия 24

2.2 Анализ хозяйственной и экономической деятельности предприятия 49

2.3 Анализ организации производства в ресторане 51

3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В РЕСТОРАНЕ ОТЕЛЯ 57

3.1 Основные рекомендации по совершенствованию производственного процесса в ресторане отеля 57

3.2 Предложения по повышению качества продукции и услуг в ресторане 58

3.3 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий 60

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 73

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 76

ПРИЛОЖЕНИЯ 80

Приложение А 80

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время ресторанный и гостиничный бизнес являются одним из перспективных в мире и в том числе в России. Как ни одна другая область, это направление деятельности требует серьезного осмысления мирового опыта и пристального внимания к перспективам его использования на российском рынке. В связи с этим чрезвычайно важным становится определение роли и значение данного вида бизнеса в современной экономике, определение динамики его развития в нашей стране, сравнение региональных тенденций становления этого бизнеса.

Рестораны, бары и иные предприятия питания отеля создаются исходя из нужд потребителей гостиницы. Эти предприятия работают только в том случае, если они включены в определенную систему конкретных типов предприятий, за каждым из которых закреплены определенные требования к предоставляемым ими услугами.

Система предприятий общественного питания отражает степень экономического развития той или иной страны или региона. Степень развития экономики отражается в доходах населения, в желании потратить некоторую часть на предлагаемые услуги, в том числе на предприятии общественного питания.

Высокая конкурентность заставляет руководителей гостиничного комплекса продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности ресторана, но и детали, придающие заведению уникальность и неповторимость. Только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех составляющих ресторанного бизнеса в сочетании с услугами гостиницы, гарантирован успех в развитии деятельности гостиничного комплекса и предприятий питания частности, решения проблемы повышения его доходности.

Главным конкурентным преимуществом и определяющим фактором при выборе потребителями предприятия общественного питания является качество обслуживания. Предприятия общественного питания должно быть всегда готово к переменам, постоянно узнавать мнения гостей, их предпочтения, замечания и, в зависимости от этого, совершенствовать обслуживание. Только в этом случае в условиях постоянно растущей конкуренции предприятие общественного питания не потеряет своих постоянных посетителей и приобретет новых. Совершенствование процесса производства и обслуживания является одним из главных путей развития предприятия.

Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ организации производства в ресторане при отеле «Счастливый Пушкин».

В ходе выполнения работы предстоит решить следующие задачи:

- изучить современное состояние и тенденции развития рынка общественного питания;
- дать характеристику современному технологическому оборудованию и технологиям;
- произвести анализ внешней и внутренней среды предприятия;
- изучить хозяйственную и экономическую деятельность ресторана;
- разработать мероприятия по совершенствованию производственного процесса и качества обслуживания в ресторане;
- произвести экономические расчеты эффективности предложенных мероприятий.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

1.1 Состояние и тенденции развития общественного питания

В условиях снижения интереса населения к услугам предприятий общественного питания и высокой степени насыщенности рынка следует ожидать обострения и без того жесткой конкуренции на рынке. По данным отчета «Российский рынок общественного питания в демократичном сегменте. Маркетинговое исследование и анализ рынка», подготовленного маркетинговым агентством «Маркет Аналитика». Данные показателя свидетельствуют о близости рынка к насыщению. Подтверждается это и ростом числа объектов общественного питания.

Количество ресторанов, кафе и баров в 2018 г. выросло на 24%, общедоступных столовых и закусочных - на 9%, столовых, находящихся на балансе общественных заведений, организаций и промышленных предприятий - на 4%. [48]

В условиях снижения интереса населения к услугам предприятий общественного питания (в январе 2018 года 15% опрошенных заявляли о том, что стали экономить на услугах кафе и ресторанов) и высокой степени насыщенности рынка следует ожидать обострения и без того жесткой конкуренции на рынке. Оборот общественного питания - ключевой индикатор рынка, в прошедшем году впервые за шесть лет показал отрицательный прирост в размере 5.5%. Такое резкое снижение потребительской активности было обусловлено несколькими факторами, а именно падением дохода народа, созданием эмбарго, а также и обвал рубля. Увеличение ставки ЦБ привело к удвоению стоимости кредитов — с 12 до 25%, что повлияло на себестоимость производимых в России продуктов. [48]

Понижение проходимости и увеличение суммы затрат создают худшие условия для открытия ресторанного бизнеса. По данным РБК. research - наиболее потерпевшие разделов рынка общепита России - рестораны со средним ценовым сегментом (уменьшение на 12,4 %).

Товарооборот данного раздела по итогам 2018 г. составляет 39600 000000 руб. Снижение доходов населения спровоцировал значительный спад потребительского спроса. Большинство потребителей стало предпочитать походу в ресторан более экономичный вариант препровождения досуга. Согласно исследованиям Ромира, 41% россиян в свое время предпочитает посетить ресторан или кафе, тогда как 56% захотят остаться дома. [46]

В связи с введением продуктового эмбарго, контр санкций, инфляции и девальвации рубля, в России закрылись сети ресторанов быстрого питания Wendy's, Carl's Junior, Марукамэ. Кроме того, с рынка ушли еще несколько крупных брендов, отказавшихся от идеи развития в России. В кризисный год закрылись Pretzelmaker, Wetzel's Pretzels, Great American Cookies, рестораны сети Америки Quiznos и австралийская сеть общественного питания Country Chicken.

Рынок общепита в Москве сократился на 15%, в Санкт-Петербурге сокращение ожидается до 25%. Самым пострадавшим сегментов в кризис стали рестораны формата casual dining. Число заведений среднего ценового сегмента сократилось на 250 за год.

Благодаря перетоку посетителей из других форматов, именно формат фаст фуда сумел показать положительную динамику развития, которые кормят быстрее, дешевле, вкуснее.

Увеличение сегмента фаст фуда составил 5,2%, при этом другие сегменты показывали отрицательную динамику. Доля столовых, стрит- и фаст-фуд ресторанов в общему рынку общепита составляет 37,6%.

Важно отметить, что отрасль общепита находится в состоянии кризиса.

Проведенное исследование в России и анкетирование 500 сетей показывает, что по итогам года количество сетевых предприятий возросло на 3,3%, то есть имеется положительная динамика. [46]

Однако, несмотря на существующие кризисные условия, открытие ресторана является довольно перспективной деятельностью. Рынок общественного питания в России ненасыщен, по сравнению с такими крупными игроками как США и Канада. Доля затрат на питание «на улице» не превышала 11%, тогда как в США и Канаде эти показатели составляют 47% и 39%. [48]

По прогнозам аналитиков, объем российского рынка в ближайшие 50 лет должен приблизиться к аналогичным показателям, что означает рост более чем на 200%.

В условиях экономического кризиса и заметного роста конкуренции на рынке общественного питания, все больше компаний уделяют внимания роли социальных медиа, как канала продвижения. В эпоху развития современных технологий и роста потребительских требований к уровню сервиса, любое заведение должно иметь свой сайт. А в условиях ограниченного бюджета на рекламу, спрос повышается за счет групп и страниц в социальных сетях.

Стоит отметить, что пользователи часто оставляют отзывы о посещенном ресторане, что позволит сформировать определенное мнение о заведении другими потребителями, а самими рестораторам получить «фидбек».

РБК.research совместно с сервисом отзывов Фламп провели исследование покупательских рейтингов наиболее рекомендуемых и наиболее нерекомендуемых сетей общественного питания из числа крупнейших и наиболее популярных игроков, присутствующих на российском рынке. Согласно выводам исследования, в числе лидеров по доле позитивных отзывов оказались «Теремок», «МУ-МУ», Baskin Robbins, «Якитория» и «Тануки».

Более 70% посетителей оценили работу данных проектов на «хорошо» и «отлично». [49]

Франчайзинг как стратегия развития на сегодняшний день получил довольно широкое распространение на российском рынке общественного питания. Именно эта модель ведения бизнеса доказал свою устойчивость, даже во времена кризиса. Число франчайзинговых проектов в стране постоянно растет. Согласно данным РБК.research сегодня в России 8 336 из 15 956 сетевых ресторанов, кафе и баров работают по франшизе. Таким образом, их доля составляет 52,2%. [47]

Стоит обратить внимание, что 48% сетевых ресторанов были открыты по франшизе. Одной из тенденций рынка общественного питания стало распространение сетевых заведений. В рамках исследования, проводимого РБК. research, было рассмотрено 503 сети. Из них более 110 работают по модели франшизы, что говорит о востребованности данной экономической модели.

Активная экспансия международных сетей на российский рынок привела к «расцвету» франчайзинга в данной сфере. Многие компании пересмотрели свои взгляды относительно собственного развития в России. В условиях кризиса, многие отечественные компании взяли курс на продвижение в области партнерских сетей. Развитие бизнеса по модели франчайзинга представляется наиболее удобным, так как минимизирует затраты как на рекламу, так и на последующее развитие бизнеса. Кроме того, франчайзинг позволяет получать дополнительные дивиденды, что, безусловно, является важным фактором, подталкивающим бизнесменов к развитию бизнеса путем продажи франшизы.

Многие проекты, такие как «Г.М.Р. Планета гостеприимства», «Фуд - Мастер» и «BOKKER» планируют в ближайшие два года увеличить свое присутствие на рынке как в столице, так и в регионах. Американская сеть пиццерий Domino's Pizza начала продажу собственной франшизы, что поможет пиццерии в ближайшие два года удвоить розницу в России.

Сфера общественного питания играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, совершенствованием технологии по производству и переработке продукции, выстраиванием коммуникации, возрастанием способов доставки сырья и полуфабрикатов, автоматизацией технологического процесса. Общественное питание является одной из главных социально-экономических составляющих коэффициентов развития общества.

1. ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования – Введ. 01.01.2016. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 17 с.
2. ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования – Введ. 01.01.2016. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 16 с.
3. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. – Введ. 01.01.2016. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 19 с.

4. ГОСТ 30524-2013 Услуги общественного питания. Требования к персоналу – Введ. 01.01.2016. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 15 с.
5. ГОСТ 32692-2014 Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания–Введ. 01.01.2016. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 16 с.
6. Александрова А.Ю. (ред.) и др. Статистика туризма. Учебник. — М.: Федеральное агентство по туризму, Изд-во СПбГУСЭ 2014. – 464 с.
7. Алексеева Д. А. Состояние и тенденции развития общественного питания в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С. 151-155. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56066.htm>.
8. Архипов, В. Ресторанное дело: ассортимент, технология и управление качеством в современном ресторане: учебное пособие / В. Архипов, Т. Иванникова, А. Архипова. – Москва : Фирма «ИЙКОС», Центр учебной литературы, 2007. – 382 с.
9. Афасижев Т.И., Тютюнников А.С.. Изд-во ДВФО // Направления модернизации российского гостиничного бизнеса в контексте повышения его конкурентоспособности // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – №1. – С. 189
10. Барчуков И.С., Баумгартен Л.И., Башин Ю.Б.. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: – М.: Изд-во Кнорус, 2012. – С. 76.
11. Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания: учебное пособие /М.И. Белошапка.- Москва: Академия, 2011. – 224 с.
12. Биржаков М.Б., Марухнова П.И. Статистика туризма. Конспект лекций (рабочий). — Санкт-Петербург: Изд-во СПбГИЭУ, 2014. — 270 с.
13. Богатова, Н.А. Современный ресторан. Книга успешного управляющего: учебное пособие /Н.А. Богатова. - Москва: Ресторанные ведомости, 2012. – 216 с.
14. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Г.А. Бондаренко.- Москва: Новое знание, 2013. – 365 с.
15. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес: учебное пособие / В.В. Бородина.- Москва: КноРус, 2014. – 421 с.
16. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: учебное пособие/ Р.А. Браймер.- Москва: Дело, 2010. – 279 с.
17. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие /М.В. Виноградова.- Москва: Дашков и К, 2012. – 464 с.
18. География туризма. В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко и др. // Кнорус. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с
19. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: учебное пособие / Г.Я. Гольдштейн.- Москва: ТРТУ, 2012. – 132 с.
20. Грашин С.А. (сост.). Учебно-методическое пособие по дисциплине / Индустриальная база гостиниц и туристских комплексов. – Тольятти. // Изд-во ПВГУС, 2012. – 56 с.
21. Джанджугазова Е.В. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учебное пособие /Е.В. Джанджугазова.- Москва: Академия, 2015 г. – 224 с.
22. Ефимова О. П. Экономика гостиниц и ресторанов: учебное пособие / О.П. Ефимова.- Москва: Новое знание, 2014. – 392с.
23. Ильенкова С.Д. Управление качеством: учебное пособие / С.Д. Ильенкова.- Москва: Юнити, 2014. – 57 с.
24. Исмаев Д. К. Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг: Уч. пособие для вузов и колледжей. Изд-во СПбГУЭФ // Д. К. Исмаев. — М., 2010. – 235 с.
25. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебник / Н.И. Кабушкин. - Москва: КноРус, 2013. – 416 с.
26. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова.- Ростов на Дону: Март, 2010. – 256 с.
27. Курочкина О. В. Ресторан. Работа над ошибками: учебное пособие / О.В. Курочкина.- Москва: Ресторанные ведомости, 2015. – 336 с.
28. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебник / А.С. Кусков.- Москва: Дашков и К, 2012. – 328 с.
29. Куткина М.Н., Елисеева С.А, Инновации в технологии продукции индустрии питания.-Спб.: Троицкий мост, 2016.-168 с. – ЭБС «Троицкий мост»
30. Кучер Л. С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник / Л. С. Кучер, Л. М. Шкуратова. – М.: Деловая литература, 2002. – 544 с.

31. Лемисова Л.В. Организация обслуживания в предприятиях общественного питания: учебное пособие /Л.В. Лемисова.- Владивосток: ТГЭУ, 2010. – 340 с.
32. Лоусан Ф. Рестораны, клубы, бары: планирование, дизайн, управление / Ф. Лоусан. – 2-е изд. – М.:Проспект, 2004. – 392 с.
33. Мглинец А .И.Технология приготовления ресторанной продукции: учебник. – СПб.: Троицкий мост, 2014. – 208 с. – ЭБС «Троицкий мост»
34. Медлик С.Н. Гостиничный бизнес: учебник /С.Н. Медлик.- Москва: ЮнитиДана, 2015 г. – 326.
35. Наволоцкая Я. Е. Руководство современного менеджера ресторана. Решение проблем день за днем: учебное пособие / Я.Е. Наволоцкая.- Москва: Вершина, 2011. – 364 с.
36. Надежин Н.А. Современный ресторан и культура обслуживания: учебное пособие /Н.А. Ндежин.- Москва: Экономика, 2013. – 435 с.
37. Писаревский Е.Л. (ред.), Трофимов Е.Н., Мошняга Е.В и др. / Основы туризма: Изд-во МГУ // - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
38. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" <http://www.consultant.ru>
39. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном и ресторанном бизнесе: учебное пособие / С.С. Скобкин.- Москва: Юрист, 2010. – 362 с.
40. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие / А.В. Сорокина.- Москва: Альфа-М, 2011. – 304 с.
41. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие /Т.Л. Тимохина.- Москва: Форум: 2011. – 352 с.
42. Феоктистова В. И. Экономика предприятий: учебное пособие / В.И. Феоктистова.- Москва: Издательство РГТЭУ, 2014. – 189 с.
43. Цыпленков Н.П. Обслуживание в ресторанах: учебное пособие /Н.П. Цыпленкова.- Москва: Экономика, 2014. – 321 с.
44. Чернышева А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом: учебное пособие / А.В. Чернышева.- Москва Статут, 2015. – 227 с.
45. Щетинина Е.Б. Менеджмент ресторанных услуг: учебное пособие / Е.Б.Щетинина.- Москва: Инфра-М, 2014. – 170 с
46. Федерация Рестораторов и Отельеров [Электронный ресурс]: ред. от 01.02.2019. – Режим доступа: <http://www.frio.ru>. Дата обращения: 25.04.2019 г.
47. Индустрия питания [Электронный ресурс]: ред. от 01.03.2019. – Режим доступа: <http://www.horeca.ru>. Дата обращения: 21.04.2019 г.
48. Ресторанная индустрия [Электронный ресурс]: ред. от 01.04.2019. – Режим доступа: <http://www.restoved.ru>. Дата обращения: 23.04.2019 г.
49. Сайт отзывов о предприятиях [Электронный ресурс]: ред. от 01.05.2019. – Режим доступа: <http://flamp.ru>. Дата обращения: 25.04.2019 г

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/53475>