

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Формирование системы управления качеством продукции и услуг на предприятиях ресторанного бизнеса.....	5
1.1.Сущность и особенности управления качеством продукции и услуг в ресторанном бизнесе	5
1.2.Организационно-экономическая характеристика деятельности ресторана.....	19
1.3. Анализ качества продукции и предоставляемых услуг в ресторане.....	28
Глава 2. Мероприятия по повышению качества продукции и услуг в ресторане «Чердак ».....	42
2.1. Повышение профессионально уровня сотрудников.....	42
2.2. Мероприятия по повышению качества услуг в ресторане.....	51
2.3. Мероприятие по повышению конкурентоспособности предприятия	66
Заключение.....	71
Список использованной литературы.....	73
Приложение	75

Введение

Научные исследования в области ресторанного бизнеса в основном ориентированы на изучение вопросов экономического состояния, развития, определения финансовой устойчивости, разработки стратегии, планирования деятельности, определение факторов увеличения конкурентоспособности.

Социально - культурный сервис является сложной многокомпонентной системой, главная задача которой это обеспечить населения разнообразными услугами. Борьба за выживание и развития становится повседневной заботой всех участников рынка ресторанных услуг.

На данный момент успешность заведения зависит от наличия хорошего менеджмента, современной кухни, наличие концепции предприятия, безупречного сервиса, интересного интерьера и разумных цен.

Современный специалист, который работает в этой области, обязан иметь серьезные и фундаментальные знания в области маркетинга, менеджмента и экономики современного бизнеса.

Ресторанный бизнес представляет собой цельную структуру, в которой важны каждые детали, все взаимосвязано – и приготовление блюд, и психология обслуживания, и управление продажами, и рекламная политика. Это работа в условиях «вечного праздника». Для успешной деятельности предприятия необходимо удовлетворять все потребности клиентов.

Основные тенденции развития ресторанного бизнеса в России это:

- создание ресторанами благоприятного имиджа;
- формирование положительного мнения о ресторане для постоянных потребителей;
- своевременные расчеты с поставщиками, от которых зависит лимит кредита и отношение самих поставщиков к этому заведению.

Актуальность темы дипломной работы, обусловлена тем, что повышение качества и обеспечения конкурентоспособности достигает своего апогея минимизации тарифной защиты внутреннего национального рынка, что повлечет увеличение конкурентного давления на рынке. Основой