МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Институт географии, геологии, туризма и сервиса**

**Кафедра международного туризма и менеджмента**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.Д. Вирстюк

Направление подготовки 43.03.01 «Сервис», 3 курс ОФО

Направленность (профиль) Социально-культурный сервис

Научный руководитель

д-р филос. наук, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.А. Рововая

Нормоконтролер

д-р филос. наук, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.А. Рововая

Краснодар

2021

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 3](#_Toc67169057)

[1 Теоретические основы сервисной деятельности на предприятиях общественного питания 5](#_Toc67169058)

[1.1 Сервисная деятельность: сущность, особенности 5](#_Toc67169059)

[1.2 Услуги общественного питания 9](#_Toc67169060)

[1.3 Качество услуг общественного питания 13](#_Toc67169061)

[2 Организация обслуживания на предприятиях общественного питания 17](#_Toc67169062)

[2.1 Организация обслуживания посетителей 17](#_Toc67169063)

[2.2 Организация труда работников обслуживания 19](#_Toc67169064)

[3 Особенности сервисной деятельности на предприятии «Макдоналдс» 23](#_Toc67169065)

[3.1 Краткая характеристика предприятия «Макдоналдс» 23](#_Toc67169066)

[3.2 Анализ сервисной деятельности на предприятии «Макдоналдс» 25](#_Toc67169067)

[3.3 Рекомендации по повышению организации обслуживания на предприятии «Макдоналдс» 28](#_Toc67169068)

[Заключение 30](#_Toc67169069)

[Список использованных источников 32](#_Toc67169070)

**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность курсовой работы состоит в том, что высокая культура обслуживания является одним из главных факторов при выборе того или иного заведения общественного питания, и, следовательно, важной составляющей в конкурентной борьбе предприятия на рынке потребительских услуг. Для этого предприятия создают такой сервис, который будет направлен на максимальное удовлетворение потребностей целевых посетителей. Сотрудников заведений общественного питания обучают грамотному общению с каждым гостем и владению всеми тонкостями взаимодействия с клиентом, так как, только сотрудник, который профессионально подготовлен и обладает высокой личной культурой, приведет заведение к лидирующему положению на рынке услуг общественного питания.

Объектом исследования курсовой работы выступают теоретические основы сервисной деятельности на предприятиях общественного питания.

Предметом исследования является организация обслуживания на предприятиях общественного питания.

Целью работы является изучение особенностей сервисной деятельности на предприятии «Макдоналдс».

Поставленная цель определяет задачи исследования:

– изучение сущности и особенностей сервисной деятельности,

– рассмотрение проблемы качества услуг общественного питания,

– проведение анализа сервисной деятельности на предприятии «Макдоналдс».

Теоретическими аспектами исследования послужили работы следующих авторов: Ж.А. Романович, С.Л. Калачев, А.Э. Лебедева, Т.Р. Любецкая и др.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы исследования: изучение и анализ литературы и нормативно-правовых актов, анализ и синтез полученных сведений.

Структура работы определяется ее целью и задачами. Курсовая работа излагается на 34 страницах и состоит из введения, трех глав, заключения и 32 использованных источников. В работе представлены 2 таблицы и 1 рисунок.

**1 Теоретические основы сервисной деятельности на предприятиях общественного питания**

**1.1 Сервисная деятельность: сущность, особенности**

Деятельность человека сейчас не является возможной без услуг других людей. Можно точно сказать, что все люди обслуживают друг друга. Уже достаточно давно была известна деятельность людей, которые выполняли поручения, помогая другим людям. Человек оказывает простейшую услугу, помогая людям в повседневной жизни, предоставляя полезные сведения, информацию. Однако, лишь в XX в. эта деятельность получила статус профессиональной сферы.

Под сервисной деятельностью понимается вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг [24]. Сервисной деятельностью занимаются индивидуальные предприниматели и сервисные организации. Услуга является результатом их труда. Целью сервисной деятельности является удовлетворение потребностей населения в услугах. Ф. Котлер приводит следующее определение понятия «услуга»: Услуга – это любая деятельность или благо, которые одна сторона может предложить другой (например, парикмахерские услуги или предоставление туристической путевки, хозяйственные удобства). Услуги, предоставляемые в процессе обслуживания клиента, составляют сервисную деятельность. Важной особенностью услуги является полезное действие для потребителя, причем это действие может оказывать как живой труд (нематериальная услуга), так и труд, реализованный в осязаемом продукте. В этом состоит принципиальное назначение услуг, их общественная функция – непосредственное обслуживание населения, создание комфортных условий жизнедеятельности: в транспорте, в общественных местах, во время отдыха. Специфическими характеристиками услуг являются:

– неосязаемость, это значит, что услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса его обслуживания,

– изменчивость по своим основным качествам, причиной которой является зависимость услуги от квалификации работника предоставляющего услугу клиенту,

– отсутствие срока хранения услуги. Это обстоятельство обусловлено тем, что процесс предоставления и потребления услуг осуществляется одновременно. Причем потребитель является непосредственным участником этого процесса.

Каждый вид услуг исторически рассматривался как особая сфера деятельности с присущими только ей особенностями [12]. Так выделяется пять общих типов услуг, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Типы услуг в разных сферах применения (составлена автором)

|  |  |
| --- | --- |
| Типы услуг | Сфера применения |
| Производственные | Инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования. |
| Распределительные | Торговля, транспорт, связь |
| Профессиональные | Банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные. |
| Потребительские | Услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением. |
| Общественные | Телевидение, радио, образование, культура. |

Такая классификация производится на основе отраслевого подхода и определяется исторически сложившейся практикой хозяйствования и вопросами государственного регулирования сферы услуг.

Существует немного видов услуг, которые формируют исключительно определенный по функциональной направленности сектор услуг. В сфере услуг выделяется функциональная направленность [12]:

1. Услуги, ориентированным на производство. К ним относятся услуги по техническому обслуживанию, наладке, настройке и ремонту производственного оборудования и технических систем. А также услуги по складированию, хранению материально-технических ресурсов и снабжению ими, различные услуги производственной инфраструктуры (дороги, мосты, подъездные пути).

2. Услуги, ориентированные на общество. Они включают услуги органов государственного управления, связанные с обороной страны, с поддержанием правопорядка, обеспечением внутренней безопасности, с выполнением функции по государственному регулированию экономики и социальных процессов, с проведением социальной политики.

3. Услуги, ориентированным на домашнее хозяйство. К ним относятся услуги по поддержанию в нормальном состоянии жилья и коммунальные услуги, производственные виды бытовых услуг.

4. Услуги личного характера. Они включают парикмахерские, фотоателье, разнообразные рекреационные услуги и непроизводственные виды бытового обслуживания.

Существует еще много классификаций услуг. Все они позволяют проанализировать разнообразные функции сервисной деятельности в современном обществе.

В сервисологии существуют понятия идеальной и реальной услуги [18].

Идеальная услуга – это абстрактная, теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Она включает правила обслуживания населения, стандарты качества, технологию оказания услуги.

Реальная услуга – это конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя. Эти услуги индивидуализированы по исполнителям, потребителям, конкретным условиям их оказания.

Предоставление услуги – это деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги. Эта деятельность делится на отдельные этапы [18]:

– обеспечение необходимыми ресурсами,

– технологический процесс исполнения,

– контроль и оценка,

– процесс обслуживания.

Услуга имеет жизненный цикл, который подразделяется на следующие несколько этапов:

– предоставление информации по услугам, предлагаемым потребителям,

– принятие заказа на услугу,

– исполнение услуги,

– контроль качества исполнения услуги,

– выдача заказа потребителю.

От формы предоставления услуги зависит характер взаимодействия потребителя и исполнителя услуги в процессе обслуживания, он бывает непосредственным (очным) и опосредованным (заочным). При непосредственном взаимодействии происходит прямой контакт исполнителя и потребителя (заказчика), а при опосредованном – контакт может осуществляться через посредников или вспомогательный персонал исполнителя услуги.

Сущность самой деятельности, которая понимается как универсальный способ удовлетворения человеческих потребностей путем активного, преобразующего отношения к миру, является важной составляющей для определения особенности сервисной деятельности. Деятельность человека направлена не только на преобразование окружающего мира, но и на преображение самого человека. В этом плане деятельность можно рассматривать как реализацию сущностных сил человека.

Главная задача сервисной деятельности заключается в том, чтобы сделать обслуживание сервисным. В свою очередь, сервисное обслуживание – это совокупность различных видов действий и функций всех подсистем предприятия, обеспечивающих связь «предприятие – потребитель» в разрезе каждого материального и информационного потока по показателям номенклатуры, качества, количества, цены, места и времени поставляемой продукции в соответствии с требованиями рынка [18].

Для организаций, занимающихся услугами, важно понимать природу и сущность услуг, учитывать их специфику. Любая организация, которая занимается услугами, будь она государственная или частная, большая или малая, должна понимать, как управлять такими специфическими их характеристиками, как неосязаемость, неспособность к хранению, изменчивость качества и взаимосвязь производства и потребления.

**1.2 Услуги общественного питания**

Предприятие общественного питания самостоятельно определяет перечень оказываемых услуг в сфере общественного питания. Услуги общественного питания должны соответствовать целевому назначению, точности и своевременности предоставления, а также отвечать требованиям безопасности и экологичности, эргономичности и комфортности, эстетичности, культуры обслуживания, социальной адресности, информативности.

Услуга общественного питания – это результат деятельности предприятия общественного питания по удовлетворению потребностей в питании и проведении досуга [20].

Услуги, предоставляемые потребителям объектами общественного питания различных типов и наценочных категорий, подразделяются на:

– услуги питания,

– услуги по изготовлению продукции общественного питания,

– услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию,

– услуги по реализации продукции общественного питания и покупных товаров,

– услуги по организации досуга, в том числе развлекательные,

– информационно-консультационные (консалтинговые) услуги,

– прочие услуги общественного питания.

Услуги питания представляют собой услуги по изготовлению кулинарной продукции и созданию условий для ее реализации и потребления в соответствии с типом и классом предприятия и подразделяются на услуги питания ресторана, кафе, бара, столовой, закусочной [17].

Услуги по изготовлению продукции общественного питания включают изготовление продукции общественного питания: полуфабрикатов, кулинарных изделий, блюд, мучных кондитерских и булочных изделий, в том числе по заказам потребителей, в сложном исполнении, с дополнительным оформлением в зависимости от типа и категории объекта общественного питания [20].

Услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию включают:

– организацию питания и обслуживание различных мероприятий (банкетов, корпоративных вечеров, праздников и др.), в том числе выездное обслуживание (кейтеринг),

– организацию питания и обслуживание потребителей в зонах отдыха, на культурно-массовых и спортивных мероприятиях и т.д.,

– организацию потребления алкогольных и безалкогольных напитков на месте оказания услуг, включая изготовление коктейлей, свежеотжатых соков и других напитков собственного производства.

Услуги по реализации продукции общественного питания включают:

– реализацию продукции общественного питания и покупных товаров на вынос из зала предприятия общественного питания,

– реализацию продукции общественного питания и покупных товаров через столы заказов, буфеты, окна раздачи и т.д.,

– реализацию продукции общественного питания и покупных товаров вне предприятия, в том числе в раздаточных и доготовочных предприятиях общественного питания, в летних кафе, филиалах, магазинах кулинарии и отделах кулинарии,

– реализацию продукции общественного питания и покупных товаров в собственной мелкорозничной сети (киоски, палатки, павильоны, средства развозной и разносной торговли и т.д.),

– реализацию продукции общественного питания и покупных товаров через розничную торговую сеть,

– комплектацию наборов продукции общественного питания и покупных товаров в дорогу потребителям, в том числе туристам для самостоятельного приготовления.

Услуги по организации досуга, в том числе развлекательные, включают:

– организацию музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания,

– организацию музыкального обслуживания, проведение концертов, программ варьете и видеопрограмм,

– предоставление потребителям музыкального, развлекательного (анимационного) и телевизионного сопровождения,

– предоставление потребителям прессы (газет, журналов),

– предоставление потребителям спортивных настольных игр, игровых автоматов, в том числе детям младшего возраста в детских игровых комнатах,

– организацию детских игровых комнат для детей младшего возраста.

Информационно-консультационные (консалтинговые) услуги включают:

– консультации специалистов по изготовлению, оформлению, подаче продукции общественного питания и сервировке стола,

– консультации специалистов по организации диетического питания при различных заболеваниях,

– консультации специалистов по подбору вин и алкогольной продукции,

– консультации специалистов по подбору табака и табачной продукции,

– тренинги персонала предприятий питания,

– организацию обучения кулинарному мастерству,

– организацию выставок индустрии питания и участие в выставках.

К дополнительным услугам относят [8]:

– услуги по организации и проведению кейтеринга, в том числе по доставке продукции по заказам потребителей и выездное обслуживание,

– организация музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания,

– банкетное обслуживание, в том числе специальных мероприятий,

– информационно-консультационные (консалтинговые) услуги,

– вызов такси по заказу (просьбе) потребителей,

– парковка или охраняемая стоянка автомобиля на территории предприятия (объекта).

Прочие услуги общественного питания включают:

– бронирование мест в залах предприятия общественного питания по заказам потребителей,

– продажу талонов по реализации рационов питания (бизнес-ланчи, ланчи, бранчи и т.п.),

– услуги повара, кондитера на дому,

– услуги официанта, бармена для обслуживания на дому,

– прокат столового белья, посуды, приборов, передвижного (мобильного) кухонного оборудования и инвентаря,

– продажу цветов, сувениров и сопутствующих товаров,

– предоставление парфюмерии, средств личной гигиены, принадлежностей для чистки одежды, обуви и т.д.,

– упаковку продукции общественного питания, оставшейся после обслуживания, для потребителей,

– упаковку продукции общественного питания, приобретенной на предприятии,

– предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи на предприятии, предоставление интернет-связи и т.д.

Услуги по организации доставки продукции общественного питания включают:

– доставку продукции общественного питания по заказам потребителей, в том числе в офис, на рабочие места, на дом,

– доставку продукции общественного питания к железнодорожному, водному и воздушному транспорту для потребления в пути следования,

– доставку продукции общественного питания в магазины кулинарии и отделы кулинарии, на предприятия розничной торговли, в мелкорозничную сеть.

Количество услуг предприятий общественного питания достаточно велико, их номенклатура расширяется в зависимости от типа и класса самого предприятия. Так различные виды предприятий общественного питания предоставляют услуги по организации питания в весьма широком диапазоне обслуживания, ассортимента реализуемой кулинарной продукции и номенклатуры, предоставляемых потребителям услуг.

**1.3 Качество услуг общественного питания**

Качество услуг общественного питания в современных системах управления предприятиями играет значительную роль. Это обуславливается тем, что качество является главнейшим составляющим конкурентоспособности услуг. Лояльность потребителей в большой степени определяет качество предоставляемых услуг, а, следовательно, и результаты деятельности предприятия. Чтобы обеспечить необходимый уровень качества услуг предприятиям необходимы передовые технологии, необходимая материальная база, квалифицированный персонал, рациональная организация работ, эффективное управление предприятием с привлечением системы менеджмента качества.

Качество продукции и услуг должно быть безопасным, обеспечивать возможность их обязательной сертификации, что контролируется государственными органами, которые осуществляют надзор. Так действует межгосударственный стандарт ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования». Настоящий стандарт устанавливает перечень услуг общественного питания, общие требования к услугам, методы оценки качества услуг. Стандарт распространяется на услуги общественного питания, оказываемые предприятиями общественного питания юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Критерием качества оказания услуг является уровень услуг.

В соответствии с ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» услуги общественного питания должны отвечать следующим общим требованиям:

– социальной адресности,

– функциональной пригодности,

– безопасности,

– эргономичности,

– эстетичности,

– информативности,

– гибкости.

Требование социальной адресности услуг предусматривает [9]:

– обеспеченность услугами общественного питания и доступность для потребителей различных категорий,

– соответствие услуг ожиданиям потребителей,

– наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для приоритетных категорий потребителей (дети, люди с ограниченными физическими возможностями и др.).

Требование функциональной пригодности услуг предусматривает [9]:

– точность и своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы предприятия, соблюдение ассортиментного перечня реализуемых блюд, изделий и напитков, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа, обслуживания потребителей и т.д.,

– обеспечение условий для выбора потребителем услуг различных видов,

– соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификация персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной этики поведения.

При оказании услуг общественного питания на предприятиях общественного питания должны обеспечиваться безопасные условия для жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества, соблюдаться нормативные правовые документы, действующие на территории государства, принявшего стандарт [9]. Персонал предприятий общественного питания должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах. На предприятиях общественного питания должны обеспечиваться требования охраны окружающей среды, в том числе к территории, техническому состоянию и содержанию помещений, вентиляции, водоснабжению, канализации и др. требованиям.

Требование эргономичности услуг характеризует соответствие условий обслуживания и применяемых в процессе обслуживания мебели, оборудования гигиеническим, антропометрическим и физиологическим возможностям потребителей [9]. Соблюдение требования эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания и способствует сохранению здоровья потребителей.

Требование эстетичности услуг характеризует стилевое единство, гармоничность дизайна помещений для потребителей и условий обслуживания, в том числе внешний вид персонала, оформление меню, сервировку стола, оформление и подачу блюд и напитков и т.д. [9].

Требование информативности услуг предполагает полное, достоверное и своевременное информирование потребителя обо всех предоставляемых услугах в зале и вне зала предприятия, обеспечивающее возможность их правильного выбора, а также информацию об изготовляемой и реализуемой продукции общественного питания [9]. Информацию об услугах доводят до сведения потребителей посредством оформления информационных стендов или папок для потребителей, в меню, прейскурантах или иными способами, принятыми исполнителем услуг.

Услуги общественного питания должны соответствовать требованию гибкости, которое характеризует способность услуг изменяться в соответствии с изменяющимися требованиями и условиями [9].

Качество услуг определяет степень соблюдения предписанных требований и стандартов, позицию соответствия предоставляемых услуг их стоимости и степень удовлетворения ожиданий потребителя. Возникает необходимость совершенствования управления предприятиями общественного питания, ориентированного на повышение качества услуг с целью наиболее полного удовлетворения потребностей населения.

**2 Организация обслуживания на предприятиях общественного питания**

**2.1 Организация обслуживания посетителей**

На предприятиях общественного питания могут быть три формы обслуживания: самообслуживание, обслуживание официантами и комбинированное обслуживание. Формы обслуживания определяют время, которое необходимо потратить потребителю для получения кулинарной продукции. Так снизив не только производственные затраты, но и затраты потенциальных клиентов готового продукта можно увеличить конкурентоспособность самого предприятия общественного питания.

Наиболее целесообразной формой массового обслуживания посетителей является самообслуживание. Оно предполагает самостоятельное ознакомление с ассортиментом блюд и напитков, выбор и получение кулинарных изделий, оплату и уборку посуды после потребления. Самообслуживание применяется в столовых, кафе и буфетах, также в настоящее время существует много предприятий фастфуд, в которых применяется метод самообслуживания. Различают полное и частичное самообслуживание в зависимости от участия персонала в обслуживании. Если применяется полное самообслуживание, то потребители выполняют самостоятельно все операции, а частичное самообслуживание организуют в форме самообслуживания потребителей на раздаточных линиях, когда им предоставляют возможность самостоятельно выбрать выставленные на линиях раздачи блюда и напитки. Супы и горячие блюда потребители получают на линиях раздачи непосредственно после порционирования поварами. По способу расчета с потребителями различают самообслуживание с предварительным, последующим, непосредственным расчетом, оплатой после приема пищи и саморасчетом, характеристика каждого способа представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Самообслуживание по способу расчета (составлена автором)

|  |  |
| --- | --- |
| Способ расчета | Характеристика способа |
| Самообслуживании с предварительным расчетом | Ознакомившись с ассортиментом блюд в меню, потребители приобретают чеки или талоны в кассе, а затем по этим чекам или талонам получают выбранные блюда на раздаче. |
| Самообслуживание с последующим расчетом | Потребители выбирают блюда на раздаче, в конце которой оплачивают их стоимость. |
| Самообслуживание с непосредственным расчетом | Одновременность выбора блюд, их получения и оплаты стоимости. |
| Самообслуживании с оплатой после приема пищи | Потребитель, выбрав блюда и напитки, получает в конце раздаточной линии чек у кассира, который оплачивает после приема пищи при выходе из зала. |
| Самообслуживание по системе саморасчета | Потребители сами выбирают блюда и рассчитываются, опуская деньги в копилку.  |

Каждый способ расчета имеет свои преимущества и недостатки, а также особенности применения в определенных заведениях. Самообслуживание с предварительным расчетом замедляет процесс обслуживания, так как повара, осуществляющие порционирование блюд, должны просматривать и сортировать чеки или талоны на блюда. А при самообслуживании с оплатой после приема пищи пропускная способность зала, напротив, увеличивается в 1,5-1,6 раза по сравнению с самообслуживанием с предварительной оплатой.

Часто встречается обслуживание официантами, которое заключается в организации взаимодействия предприятий питания и посетителей посредством выстраивания отношений. Такое обслуживание предполагает наличие следующих элементов: встреча и размещение посетителей, прием заказа, выполнение заказа, подача заказанных блюд и напитков, расчет по окончании обслуживания [26]. При данной форме официанты предлагают, рекомендуют, советуют, готовят выбор посетителя, осуществляют обслуживание во время приема пищи и готовят к оплате счета. Успешной эта форма самообслуживания будет благодаря высокому уровню профессиональной подготовки официанты, его внешнему виду, образованности, культуре поведения и общительности. Распространенными методами обслуживания официантами являются индивидуальный и звеньевой [26]. При индивидуальном каждый официант выполняет все операции, связанные с обслуживание, на отведенном ему участке торгового зала (3-4 столика). Звеньевой метод представляет собой звено из 3-4 официантов различной квалификации, которое обслуживает 8-10 четырехместных столиков на своем участке торгового зала.

Комбинированная форма предполагает, что помимо самообслуживания, часть услуг посетителям будет оказана официантом. Она часто применяется в столовых детских учреждений, санаториев, домах престарелых, на предприятиях, проводящих банкетные мероприятия, а также в ресторанах, которые предлагают «шведский стол» и «русский буфет».

Конкурентоспособность предприятия общественного питания в значительной мере определяет количество времени, которое тратит потребитель на получение готовой продукции. Поэтому предприятия общественного питания внимательно относятся к выбору формы обслуживания, анализируя недостатки и преимущества каждой и отдавая предпочтение одной из них: самообслуживанию, обслуживанию официантами или комбинированному обслуживанию.

**2.2 Организация труда работников обслуживания**

На предприятиях общественного питания применяется индивидуальная или бригадная форма организации труда. Они выбираются исходя из конкретных условий работы того или иного предприятия.

При индивидуальной форме организации труда все функции от принятия заказа до расчета с потребителем выполняет один официант на закрепленном за ним участке зала, как правило, это 3-4 стола. Официант находится в торговом зале в момент приема заказа, дополнительной сервировке стола, подачи блюд и расчета с посетителями. Официант отсутствует в торговом зале большую часть времени, когда пробиваются чеки, согласуются специфические элементы заказа с работниками кухни, и получается барная/буфетная продукция. Это является неким недостатком, так как официант не всегда может подойти к гостю, подать меню, совершить дополнительный заказ, дать рекомендацию, предъявить счет и рассчитать гостя. Все это часто вызывает жалобы посетителей на невнимательность персонала и длительность обслуживания. Когда официант не занят обслуживание посетителей, он выполняет такие универсальные задачи, как скручивание салфеток, подготовка хлебных корзин, подставок под сахар и т.д. Такая форма организации труда обычно применяется в небольших ресторанах.

При бригадной форме организации труда в состав бригады входит несколько официантов различной квалификации, обязанности между ними четко распределены. Бригадиром назначают наиболее квалифицированного официанта, который руководит процессом обслуживания. Он всегда должен находится в торговом зале. В его обязанности входит встреча гостей, бригадир предлагает им меню и винную карту, помогает при выборе блюда и напитков, принимает заказ, проводит досервировку стола, выписывает счет и рассчитывается с посетителями. Также бригадир распределяет обязанности между членами бригады, учитывая квалификацию каждого сотрудника. Так, например, одному официанту он поручает получить продукцию сервис-бара, другому – холодные закуски, третьему – горячие блюда. Бригадная форма организации труда применяет на крупных предприятиях с английским методом обслуживания, при котором заключительные операции, связанные с приготовлением блюда или его позиционирование, осуществляются в присутствие гостей. Данная форма организации труда является более эффективной и способствует повышению культуры обслуживания, так как бригадир обладает высокой квалификацией, обязанности между сотрудниками четко распределены, что способствует улучшению условий их труда, также повышается ответственность работников за исполнение своих обязанностей благодаря коллективной ответственности за результат обслуживания.

От правильной организации труда на каждом участке – на кухне, в цехах, на складах, в залах зависят общие результаты труда на предприятиях общественного питания. Важно сделать организацию труда рациональной, так как она способствует повышению эффективности труда за счет его производительности, интенсивности и более правильного использования рабочего времени. Рационально организовать труд – это значит разделить трудовой процесс на операции, правильно совместить отдельные из них, расставить людей с учетом квалификации и опыта работы, обеспечить четкую взаимосвязь между ними, оснастить рабочие места и организовать их обслуживание, ввести рациональные графики работы, создать наиболее благоприятные условия труда, внедрить передовые приемы и методы работ [8].

Совершенствование организации труда в залах предприятий общественного питания осуществляется в следующих направлениях [8]:

1. Улучшение организации и обслуживания рабочих мест. Правильная организация рабочих мест предусматривает продуманное размещение в зале мебели, эффективное использование торговых площадей, соблюдение установленной нормами ширины проходов, размеров раздаточных, сервис-баров, моечных, производственных цехов, их размещение в соответствии с требованиями процесса обслуживания.

2. Уменьшение физической нагрузки с помощью механизации трудоемких процессов и использования транспортных средств. Благодаря применению специальных тележек для доставки блюд в зал и посуды в моечные облегчается труд официантов.

3. Организация четкой работы кухни и холодного цеха. Для сокращения потери рабочего времени и ускорения обслуживания размещается оборудование в соответствии с последовательностью технологического процесса, устанавливается секционное модулированное оборудование, используются функциональные емкости и применяется правильная расстановка работников.

4. Улучшение санитарно-гигиенических условий труда. На работоспособность влияют температура, влажность и скорость движения воздуха, шум, вибрация механизмов, освещенность помещений, загрязнение воздушной среды, тепловое излучение, наличие санитарно-бытовых помещений и устройств.

5. Проведение работы по предупреждению профессиональных заболеваний. Для предупреждения этих заболеваний необходимо использовать специальную обувь или вкладывать специальную стельку в обычную обувь.

6. Совершенствование режима труда и отдыха.

7. Проведение мероприятий по совершенствованию профессиональной подготовки официантов в процессе их трудовой деятельности. Эта работа включает обучение на курсах, в профессионально-технических училищах, колледжах, а также путем проведения семинаров и повседневного тренинга.

Условия работы предприятия общественного питания влияют на выбор формы организации труда. Так на предприятии применяются индивидуальная или бригадная форма организации труда. Бригадная форма организации труда является более эффективной, она повышает культуру обслуживания на предприятии. В залах предприятия общественного питания необходимо совершенствовать организацию труда, что достигается благодаря выполнению определенных условий.

**3 Особенности сервисной деятельности на предприятии «Макдоналдс»**

**3.1 Краткая характеристика предприятия «Макдоналдс»**

Макдоналдс (McDonald’s Corporation) – американская корпорация, самая большая в мире сеть ресторанов быстрого питания. Компания является мировым лидером в отрасли быстрого обслуживания и насчитывает свыше 31 тыс. заведений в более чем 119 странах мира, которые ежедневно обслуживают около 52 млн. посетителей. Первый российский ресторан компании открылся в Москве на Пушкинской площади 31 января 1990 г. (Рис. 1).



Рисунок 1 – Макдоналдс, г. Москва, Пушкинская площадь [32]

Основным видом деятельности компании является предоставление высококачественного обслуживания посетителей, посредством предложения широкой номенклатуры блюд, а также уютной и приятной атмосферы в момент посещения. Помимо безопасной продукцию, компания продает свой сервис, так как целью компании является предоставление стопроцентного обслуживания, которое подразумевает предоставление качества, культуры и чистоты. Также у корпорации «Макдоналдс» есть свое видение цели, которое звучит как: «Быть лучшим в мире рестораном быстрого обслуживания». Это означает, что Макдоналдс предлагает своим клиентам разнообразное меню, блюда которого приготовлены из свежих и качественных продуктов по доступной цене, что здесь всегда посетителей обслужат в чистой, приятной обстановке, а главное быстро и дружелюбно.

Ресторан предлагает такие услуги, как доставка еды и киоски самообслуживание. Также в 1995 г. в России был зарегистрирован фонд «Дом Роналда Макдоналда». Основным проектом фонда является Центр Роналда Макдоналда – спортивно-оздоровительный центр для детей с ограниченными возможностями, который еженедельно посещают свыше 400 детей. Одним из наиболее развивающихся проектов компании в последнее время стала сеть кофеен «McCafe».

Ресторан имеет иерархическую организационную структуру. Ее преимуществами являются:

– четкое разделение труда, которое способствует появлению высококвалифицированных специалистов в каждом деле,

– строгая иерархия уровней управления, при которой действия нижестоящего звена управления контролируются вышестоящим,

– выработка единых для каждого вида деятельности правил, норм и стандартов.

В Макдоналдсе представлена американская кухня, детское меню и бургерные. Основное меню доступно для заказа в этом ресторане после 10:00. До этого времени подают блюда МакЗавтрак. В утреннем меню предложены сытные сандвичи на английской булочке с яйцом и овощами. В обеденное и вечернее время гости могут заказать бургеры с котлетой из говядины, куриного или рыбного филе. В меню есть сытные роллы и большой ассортимент сладких десертов. Также широко представлен ассортимент горячих и холодных безалкогольных напитков: чай, кофе, соки, лимонады, молоко. Средний чек в заведении 280 руб.

В компании «Макдоналдс» создано все для удобств своих посетителей. Основным видом деятельности компании является предоставление высококачественного обслуживания посетителей, посредством предложения широкой номенклатуры блюд по доступным ценам, а также обеспечения качества, культуры и чистоты. Также в ресторане возможна доставка еды и киоски самообслуживание.

**3.2 Анализ сервисной деятельности на предприятии «Макдоналдс»**

В ресторане «Макдоналдс» действуют очень жесткие критерии по качеству обслуживания и чистоты в торговых и производственных помещениях. Макдоналдс имеет широкий ассортимент услуг, он уже давно является не только рестораном быстрого питания, но и целым брендом и корпорацией. Макдоналдс подходит как для легкого завтрака, так и для плотного обеда или ужин, благодаря своему ассортименту. Для самых маленьких посетителей предлагаются различные наборы с игрушками, также для детей существует отдельное меню и в большинстве ресторанов есть штат аниматоров, которые могут проводить детские праздники. Кроме этого проходят постоянные интересные акции.

Ресторан помимо заинтересованности в качестве своей продукции, уделяет особое внимание желаниям потребителей, он слушает своих посетителей и старается удовлетворить их потребности. Так ресторан подстраивается под особенности страны, в которой открывается. Например, для российского подразделения формируется только основное меню, которое включает традиционный Биг Мак, картофель фри, филе-о-фиш. Остальное включается на усмотрение регионов. В производство быстро вводятся новые популярные блюда и так же быстро снимают с производства, не завоевавшие популярность.

 Для того, чтобы удовлетворять потребности потребителей, Макдоналдс уделяет большое внимание работникам. В компании существуют пять главных качеств, которые ожидает компания от будущего работника:

– фокусирование на посетителях,

– умение работать в команде,

– работник должен соблюдать все стандарты и процедуры,

– инициатива и ответственность,

– умение общаться с людьми.

Структура персонала ресторана имеет определенную иерархию. Каждая должностная ступень выполняет определенные полномочия. Первая ступень – это члены бригады ресторана, они выполняют основные работы: приготовление продукции, ее продажа, уборка помещения ресторана, разгрузка машины с товаром. Вторая ступень – инструктора, они помимо данных работ, занимаются также обучением вновь пришедших работников. Третья ступень – это свит-менеджер, он контролирует и несет ответственность за свою станцию (кухня, зал, прилавок). Следующая ступень – свинг-менеджер, он контролирует и несет ответственность за все, происходящее в ресторане в его рабочий день. Последние ступени – ассистенты директора и директор ресторана, занимаются руководством.

В компании важным является принцип коммуникации. Во-первых, он выражается в необходимой коммуникации между работниками разных станций. Во-вторых, постоянный обмен информацией между менеджерами, между менеджерами и членами бригады ресторана.

В ресторане разработаны стандарты работы для каждой станции (зал, прилавок, кухня). Стандарты обслуживания для работников на прилавке:

1. Приветствие с улыбкой.

2. Принятие заказа.

3. Подсказка.

4. Оплата заказа.

5. Сбор заказа.

6. Приглашение прийти снова.

В обязанности работников зала входит уборка, как служебных помещений, так и помещений общего пользования. Они так же раздают маленьким посетителям сувениры с символикой Макдоналдс.

Сопоставление реальных результатов с установленными стандартами происходит в ходе работы ресторана. Свит-менеджер на станции контролирует выполнение данных стандартов, они проводят оценку с помощью специальных Контрольных листов наблюдений (КЛН), чтобы работники стремились не отходить от установленных стандартов. Если установленные стандарты и требования по работе не выполняются, то в личное дело работнику может быть записан выговор. При накоплении трех выговоров рабочий увольняется. Также за выполнением установленных стандартов менеджерами следят менеджеры высшей ступени и директор.

Ресторан «Макдоналдс» владеет благотворительной организации «Дом Рональда Макдональда» (социально-реабилитационный комплекс для детей с ограниченными возможностями здоровья), что характеризует Макдоналдс как социально ответственную компанию, это благоприятно сказывается на имидже компании. Также преимуществом компании является введение маркировки блюд – качество, безопасность, энергетическая ценность, данная информация доступна любому посетителю.

Ресторан создает все, чтобы иметь высококачественное обслуживание. Макдоналдс заинтересован в своих клиентах, поэтому делает все для удовлетворения их потребностей. В ресторане широкий ассортимент услуг, также большое внимание уделяется маленьким посетителям, часто действуют различные акции. Компания, чтобы добиться успеха в обслуживании посетителей, создает специальные стандарты для своих рабочих, дабы повысить их мотивацию в работе, что безоговорочно приводит ее к успеху уже многие годы работы.

**3.3 Рекомендации по повышению организации обслуживания на предприятии «Макдоналдс»**

Развитие ресторанов быстрого питания с каждым годом значительно растет, появляются различные виды кофеен, ресторанов, также открываются новые точки. Но Макдоналдс продолжает занимать лидирующую позицию. Для ресторана важным является удобное расположение точек организации, что безусловно будет привлекать все больше посетителей. Также он реализует продукцию по средним ценам, что способствует большому объему реализации продукции. Ресторан занимается различного рода благотворительностями и помогает некоммерческим организациям. Внедряет программы по защите окружающей среды.

У Макдоналдса есть очень существенный недостаток – высокая текучесть кадров. Большинством обслуживающего персонала являются студенты, которые не нацелены на построение карьеры в данной компании. Отсюда также довольно низкая квалификация персонала. Необходимо тщательно подходить к выбору персонала и создавать удобные условия работы. Посетитель – самый главный человек в ресторане, поэтому главная задача каждого сотрудника – удовлетворить его потребности в полной мере, чтобы он остался довольным и имел желание прийти в ресторан снова. Для этого, когда в компанию приходят новые сотрудники, необходимо проводить обучения от опытных сотрудников. А для повышения квалификации уже работающих сотрудников следует ввести постоянные тренинги.

Ресторан имеет достаточно большой ассортимент услуг, но по различным исследованиям продукция состоит не из лучших и полезных составов. Для того чтобы расширить диапазон потенциальных клиентов, можно внести блюда для лиц, которые придерживаются правильного питания.

Ресторан «Макдоналдс» уже занимает лидирующее положение среди ресторанов быстрого питания, но необходимо постоянное улучшение своего имиджа, что сохранять свои результаты. Среди мер, которые могут быть для этого применены являются обновление ассортимента продукции, внедрение передовых технологий обслуживания, скидки и услуги в подарок.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Организации, работающие в сфере услуг, должны понимать саму природу и сущность услуг, а также учитывать их специфику. Они должны знать, как управлять специфическими характеристиками услуг, такими как неосязаемость, неспособность к хранению, изменчивость качества и взаимосвязь производства и потребления. Организации общественного питания должны предоставлять высококачественное обслуживание, так как качество услуг определяет степень соблюдения предписанных требований и стандартов, позицию соответствия предоставляемых услуг их стоимости и степень удовлетворения ожиданий потребителя.

Предприятия общественного питания должны внимательно относится к выбору формы обслуживания, для этого они анализируют недостатки и преимущества каждой формы и выбирают наиболее подходящую для них. То количество времени, которое тратит потребитель для получения готовой продукции, в значительной мере определяет конкурентоспособность предприятия общественного питания. На выбор формы организации труда влияют условия работы предприятия. На предприятиях применяются индивидуальная или бригадная форма организации труда. Наиболее эффективной является бригадная форма организации труда, так как она повышает культуру обслуживания.

Проанализировав сервисную деятельность в компании «Макдоналдс», можно сказать, что в ресторане создано все для удобства своих посетителей. Макдоналдс предоставляет высококачественное обслуживание посетителей, посредством предложения широкой номенклатуры блюд по доступным ценам, а также обеспечения качества, культуры и чистоты. Ресторан создает все, чтобы иметь высококачественное обслуживание. Полностью удовлетворяются потребности клиентов, для этого предлагается широкий ассортимент услуг, большое внимание уделяется маленьким посетителям, а также часто действуют различные акции. Компания создает стандарты работы для своих сотрудников, что помогает ей уже многие годы быть успешной в обслуживании посетителей. Макдоналдс должен постоянно улучшать свой имидж, чтобы по-прежнему сохранять лидирующее положение среди ресторанов быстрого питания. Среди мер, которые должны для этого применяться – это обновление ассортимента продукции, внедрение передовых технологий обслуживания, скидки и услуги в подарок.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Агарков А.П. Экономика и управление на предприятии: учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е.А. Ерохина. – М.: Дашков и К, 2017.

2. Баранов Б.А. Этикет обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие для вузов / Б.А. Баранов, И.А. Скоркина. – М.: Юрайт, 2020.

3. Баранов Б.А. Организация обслуживания в организациях общественного питания. Этикет: учебное пособие для среднего профессионального образования / Б.А. Баранов, И.А. Скоркина. – М.: Юрайт, 2021.

4. Васюкова А.Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник / А.Т. Васюкова, Т.Р. Любецкая. – М.: Дашков и К, 2017.

5. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – М.: Дашков и К, 2014.

6. Волк Е.Н. Сервис: организация, управление, маркетинг: учебник для бакалавров / Е.Н. Волк, А.И. Зырянов, А.А. Лимпинская, Н.В. Харитонова. – М.: Дашков и К, 2019.

7. Габдукаева Л.З. Контроль качества и сертификация услуг предприятий общественного питания: учебное пособие / Л.З. Габдукаева, О.А. Решетник. –Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2018.

8. ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» [Электронный ресурс]: Информационный портал «База ГОСТов». – Режим доступа: [https://allgosts.ru/55/200/gost\_30389-2013. – Дата обращения 19.03.2021](https://allgosts.ru/55/200/gost_30389-2013.%20%E2%80%93%20%D0%94%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%2019.03.2021).

9. ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» [Электронный ресурс]: Информационный портал «База ГОСТов». – Режим доступа: https://allgosts.ru/03/080/gost\_31984-2012. – Дата обращения 10.03.2021.

10. Денисович Ю.Ю. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Ю.Ю. Денисович, Е.Ю. Осипенко. –Благовещенск: Дальневосточный государственный аграрный университет, 2015.

11. Жабина С.Б. Маркетинг в организациях общественного питания: учебное пособие / С.Б. Жабина. – М.: Юрайт, 2020.

12. Иванова Н.С. Сервисная деятельность: сервис и гостиничное хозяйство: учебное пособие / Н.С. Иванова. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского академического университета, 2016.

13. Казакевич Т.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Т.А. Казакевич. – М.: Юрайт, 2019.

14. Карпова С.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С.В. Карпова, С.В. Мхитарян. –М.: Юрайт, 2019.

15. Костюченко Т.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Т.Н. Костюченко. – Ставрополь: СтГАУ, 2017.

16. Кустова И.А. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: конспект лекций / И.А. Кустова. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2015.

17. Кучер Л.С. Организация обслуживания общественного питания: учебник / Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова. – М.: Деловая литература, 2002.

18. Лебедева А.Э. Сервисная деятельность: учебное пособие / А.Э. Лебедева. – Томск: ТУСУР, 2012.

19. Левшина О.Н. Сервисная деятельность: учебное пособие / О.Н. Левшина, А.А. Цветков. – Санкт-Петербург: СПбГУГА, 2017.

20. Любецкая Т.Р. Организация обслуживания в индустрии питания: учебник / Т.Р. Любецкая. – М.: Лань, 2019.

21. Неретина Т.Г. Организация сервисной деятельности: учебное пособие / Т.Г. Неретина. – М.: ФЛИНТА, 2011.

22. Охотина Н.М. Сервисная деятельность: учебное пособие / Н.М. Охотина. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016.

23. Романова Н.К. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Н.К. Романова, Е.С. Селю, О.А. Решетник. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016.

24. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. –М.: Дашков и К, 2006.

25. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность в обслуживании населения: учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. – Санкт-Петербург: Лань, 2020.

26. Сологубова Г.С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник / Г.С. Сологубова. – М.: Юрайт, 2020.

27. Сологубова Г.С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для вузов / Г.С. Сологубова. –М.: Юрайт, 2021.

28. Солопова В.А. Охрана труда на предприятиях общественного питания: учебное пособие / В.А. Солопова. – Саратов: Троицкий мост, 2019.

29. Торопова Н.Д. Организация производства на предприятии общественного питания: учебное пособие / Н.Д. Торопова. – Санкт-Петербург: Лань, 2019.

30. Феденева И.Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И.Н. Феденева, В.П. Нехорошков, Л.К. Комарова. – М.: Юрайт, 2020.

31. Чернова Е.В. Управление качеством на предприятии общественного питания: учебное пособие / Е.В. Чернова, Н.В. Барсукова. – Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2021.

32. Яндекс.Дзен [Электронный ресурс]: Яндекс.Дзен. – Режим доступа: https://zen.yandex.ru/. – Дата обращения 15.03.2021.