

Содержание

Введение

Глава 1. Теоретические основы системы обслуживания в ресторанах и барах при гостинице.

1.1. Сущность и структура службы питания в гостинице.

1.2. Система обслуживания и ее элементы

Глава 2. Общий анализ организации. Специфика производственной деятельности ресторана «Mercedes Bar».

2.1. Общий анализ организации. Специфика производственной деятельности ресторана «Mercedes Bar».

2.2. Сильные и слабые стороны в организации обслуживания клиентов ресторане «Mercedes bar»

Глава 3. Разработка мероприятий по повышению качества обслуживания в ресторане «Mercedes Bar».

3.1. Предложения по совершенствованию обслуживания в ресторане «Mercedes bar».

Заключение

Список используемой литературы

Введение.

Общественное питание при гостинице представляет собой крупную, широко разветвленную отрасль народного хозяйства со своими специфическими особенностями, которая наряду со здравоохранением, социальным обеспечением населения и торговлей решает важные социально-экономические задачи.

Актуальность выбранной темы дипломной работы определяется тем, что ресторанный бизнес, относящийся к сфере общественного питания, производит продукт, который в отличие от продукта промышленной сферы, потребителям труднее оценить по критерию качества до того, как будет совершен заказ в ресторане (потребитель при выборе руководствуется советами персонала, друзей, рекламой или фотографиями в меню, но не может заранее знать, что именно он получит). Поэтому ресторанные услуги тяжелее обменивать и продвигать на рынке. Критерием оценки качества продукта является эмоциональная реакция клиента, которая зависит от воспитания и отношения к делу персонала, а также от самого клиента.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг хозяйственная деятельность предприятий требует постоянного развития, совершенствования и обновления. Предприятия самостоятельно вырабатывают стратегию и тактику своей деятельности на основе маркетинговых исследований рынка, внедрения последних достижений научно-технического прогресса, новых технологий, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

За последние годы значительные изменения в сфере потребительского рынка привели к полной самостоятельности субъектов хозяйствования, иным взаимоотношениям между ними и органами государственной власти. Изменились и подходы к требованиям в организации общественного питания.

Продукция общественного питания — это пища, уже готовая к