

## МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ

*Панасенко Анастасия Игоревна, студентка, E-mail: palatovskaya79@gmail.com*  
*Руководитель - Сердюкова Яна Пламеновна, кандидат биологических наук,*  
*доцент кафедры пищевых технологий*  
*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»*

***Аннотация:** в данной статье рассмотрено, как менеджмент проявляется в сфере услуг питания.*

***Ключевые слова:** услуги, общественное питание, менеджмент.*

Услуги как вид социально нужной работы существуют уже давно, но определение услуг было нелегкой задачей. Оживленные обсуждения на данную проблему начались в конце 60-х — начале 70-х годов XX века, когда сфера услуг цивилизованных государств стала вносить в ВВП приблизительно такой же вклад, ровно как и промышленный и аграрный раздел экономики вместе взятые.

Промышленная экономика человеческого общества видоизменилась в экономику услуг. Основной характерной чертой экономики услуг считается то, что она предполагает предоставление услуг и, следовательно, прямой контакт между работником и потребителем. Условия производственной деятельности многих сотрудников, требования к ним и, соответственно, методы организации труда и управления испытывают конструктивные перемены. Большая часть сотрудников сферы услуг вынуждены принимать самостоятельные решения в нестандартных ситуациях в силу характера своей производственной деятельности, в данном их основное различие с сотрудниками традиционной организации. В связи с тем, что основой производительности труда многих нынешних работников считаются их личные познания и мастерство, но никак не технологические процессы и способы производства, созданные кем-то другим, итоги их деятельности в подобных организационных обстоятельствах могут быть поразительно различны. С одной стороны, данная отличительная черта нынешней экономики дает возможность компаниям достигать огромных успехов в конкурентной борьбе и формирует добавленную стоимость для покупателей, с иной стороны, она требует признания личных отличий в системах управления персоналом, что противоречит философии традиционной системы.

В обстоятельствах рыночных взаимоотношений организация считается главным звеном всей экономики, так как непосредственно на данном уровне формируется необходимая обществу продукция, оказываются необходимые услуги.

Предприятие - это независимый, организационно обособленный хозяйствующий субъект производственной области общенародного хозяйства, изготавливает и реализует продукцию, осуществляет деятельность промышленного характера, предоставляет услуги. Каждая организация является юридическим лицом, обладает законченной системой учета и отчетности, независимый бухгалтерский баланс, расчетный и другие счета, печать с собственным наименованием и товарный знак (марку). Основной целью формирования и функционирования компании считается приобретение наибольшего дохода за счет реализации покупателям изготавливаемого продукта, на базе которого удовлетворяются социальные и экономические запросы трудового коллектива владельцев средств производства. На основе единой миссии компании создаются и устанавливаются общефирменные цели, которые формируются увлечениями владельца, объемами капитала, обстановкой внутри компании, внешней средой и должны соответствовать следующим требованиям: быть конкретными и измеримыми, ориентированными во времени, доступными и обоюдно поддерживаемыми. Формирование конкурентной борьбы, потребность широкого введения современного оборудования и прогрессивных технологий обусловили необходимость в новейших подходах к организации технологических процессов на предприятиях общественного питания, в широком развитии индивидуальной инициативы и предпринимательства. Общественное питание предполагает собой отрасль народного хозяйства, базу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей и отличающихся по видам, специализации.

Предприятия общественного питания осуществляют 3 взаимозависимые функции: - производство кулинарной продукции; - реализация кулинарной продукции; - организация ее потребления.

В наше время цель предприятий общественного питания состоит в том, чтобы удовлетворить персонифицированные потребности населения не только в услугах по организации питания, но также по организации досуга и отдыха населения. Общественное питание как один из компонентов области услуг можно охарактеризовать как систему, основной целевой функцией которой считается предоставление членам общества общественно-организованного процесса потребления пищи – питания.

Отличительная черта предприятия общественного питания как объекта управления заключается в том, что в нем, в отличие от предприятий других сфер материального производства, одновременно осуществляются процессы: - производства готовой пищи (т.е. создается новый продукт, поступающий в реализацию с новыми потребительскими качествами и добавочной ценой); - реализации (т.е. экономика базируется на товарно-денежных взаимоотношениях, по этой причине предприятия питания осуществляют функцию реализации

произведенной продукции и покупных товаров как стоимостей); - организации потребления (т.е. продукция общественного питания не подлежит длительному хранению и транспортировке, что требует организации потребления ее на месте).

Отношения управления общественным питанием представляют собой непростую динамическую систему.

Отличительными качествами ее считаются: - единство, то есть целостность системы, ее завершенность; - делимость, то есть система позволяет деление на подсистемы и элементы.

В случае если раскрыть определение “менеджмента” более глубоко, в таком случае подчеркнем, что в данное понятие входит: изучение рынка (спроса, потребления), то есть, маркетинг и прогнозирование; производство продукции с наименьшими расходами и реализация ее с наибольшей прибылью; управление персоналом, следовательно, знание социологии, психологии, а также исследование данных и создание проектов с целью достижения поставленной цели.

Управление – деятельность, нацеленная на достижение поставленной цели путем осуществления определенных функций, использования соответствующих методов и технических средств. Главными задачами управления считается обеспечение: 1) более результативного функционирования компании; 2) целостности действий всех подразделений основного и вспомогательного производства; 3) ритмичности деятельности компании; 4) результативного распределения материально-технических, финансовых и трудовых ресурсов.

Для определения эффективности управления предприятием следует выявить и понять те области бизнеса, в которых возможно измерить, оценить результат. Данные области представляют собою товары и товарный ассортимент (или услуги), рынки (в том числе покупателей и конечных пользователей) и каналы сбыта.

Питер Ф. Друкер предлагает 3 метода, для того чтобы сделать бизнес результативным: 1) Начать с модели «идеального бизнеса», что обеспечит наибольшие результаты на базе ранее существующих рынков и познаний. 2) Попробовать извлечь наибольшее количество выгоды из благоприятных возможностей, сконцентрировав имеющиеся ресурсы в более заманчивых из них. 3) максимизировать ресурсы таким образом, чтобы отыскать (либо даже сформировать) благоприятные возможности, что даст возможность ему получить максимально возможную отдачу от существующих у него высококачественных ресурсов.

С целью эффективного управления компанией нужна экономическая стратегия (товарная, ценообразования, взаимодействия фирмы с рынками производственных ресурсов, снижения производственных издержек, стимулирования персонала, предотвращения банкротства) – данная система обеспечения конкурентоспособного преимущества компании.

Для оценки эффективности управления общественным питанием следует применять специальные инструменты, именуемые экономическими показателями.

Подобранная система показателей для оценки эффективности должны отвечать определенным требованиям: - целиком отвечать определенным целям и задачам; - четко характеризовать и отображать итоги, а также объективные социально-экономические процессы; - соответствовать методам и технике бухгалтерского и статистического учета и отчетности; - предоставлять единую численную и высококачественную оценку деятельности; соответствовать методам планирования; - гарантировать целостность и комплексность планирования согласно всем уровням управления.

Итогом деятельности предприятий общественного питания считаются показатели розничного товарооборота, но кроме того чистой продукции. Помимо этого, для оценки эффективности управления общественным питанием могут быть использованы и показатели: прибыль, рентабельность активов, остаточная прибыль, экономическая добавленная стоимость.

Главными задачами розничного товарооборота считаются: - контроль уровня исполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворение спроса потребителей на единичные товары, изучения долгосрочных нормативов согласно показателям торговой деятельности; установление тенденций экономического и социального формирования компаний розничной торговли; установление обоснованности, напряженности, оптимальности проектов; - исследование, численное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота; комплексная оценка торговой деятельности предприятия; - оценка выполнения плана по внедрению современных методов торговли и их эффективности; - выявление путей, возможностей и резервов роста товарооборота, увеличение качества обслуживания потребителей, эффективности использования материально-технической основы торговли; - создание мер по устранению недочетов в торговле; создание подходящих стратегических и тактических решений по развитию товарооборота, и торговой деятельности предприятия.

### **Библиографический список**

1. Айрапетян М. С. «Консервативная модернизация как процесс адаптации и циклические колебания в экономике». Серия «Доклады МАОН». М.: ЦЕМИ РАН, 2010.
2. Агробиотехнология-2021 : Сборник статей Международной научной конференции, Москва, 24–25 ноября 2021 года. – Москва: Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева, 2021. – 1320 с. – ISBN 978-5-9675-1855-3. – EDN NWTQEX.