



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра технологии питания и менеджмента

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине: «Сервисная деятельность предприятий питания»

на тему: «Сфера услуг как направление бизнеса»

Выполнила
студентка группы ТП-11
очной формы обучения
факультета менеджмента
Моисеева Полина Александровна
Подпись _____
«___» _____ 2024 г.

Научный руководитель:
доцент кафедры технологии питания и
менеджмента
Пестова Инга Геннадьевна
Оценка _____
Подпись _____
«___» _____ 2024 г.

Пермь – 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1. Сфера услуг как направление бизнеса	6
1.1. Определение сферы обслуживания	6
1.2. Возрастающее значение сферы обслуживания	8
1.3. Формирование рынка услуг	2
1.4. Характеристика отраслей сферы услуг	9
1.5. Модель основных сфер человеческой жизнедеятельности	10
1.6. Аспекты развития сферы услуг	11
1.7. Коммуникационные пути в сфере обслуживания	12
Вывод по главе	17
Глава 2. Анализ трактовки терминов	19
2.1. Этика	19
2.2. Правила обслуживания	20
2.3. Мерчандайзинг	21
Глава 3. Анализ стандарта гост 31984-2012 услуги общественного питания.	23
Общие требования	
3.1. Введение	23
3.2. Общая характеристика стандарта	23
3.3. Построение стандарта	24
3.4. Изложение стандарта	26
3.5. Содержание стандарта	26
3.6. Анализ соответствия требований по построению, изложению, оформлению и содержанию стандарта требованиям ГОСТ Р 1.5—2012 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения»	27
3.7. Заключение	27
Заключение	29
Список использованных источников	32

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире сфера услуг занимает все более значительное место в экономике и представляет собой важное направление бизнеса. Расширение этой отрасли связано с постоянным развитием общества, изменением потребностей и предпочтений людей, а также возрастающим спросом на индивидуальный и качественный сервис.

Сфера услуг - это ключевое направление бизнеса в современном мире, которое играет важную роль в формировании экономики и удовлетворении потребностей общества. Она отличается от производства материальных товаров тем, что сосредоточена на предоставлении нематериальных услуг, включая консультирование, образование, медицинское обслуживание, туризм, ресторанный сервис, финансовые и медиауслуги.

Сфера услуг охватывает широкий спектр деятельности, начиная от туризма, образования и здравоохранения, и заканчивая ИТ-технологиями, консалтингом и финансовыми услугами. Она предоставляет возможности для создания инновационных и креативных бизнес-моделей, основанных на уникальных и персонализированных подходах к клиентам.

В условиях растущей конкуренции компании все больше осознают, что предоставление качественного сервиса является ключевым фактором успеха и долгосрочного сотрудничества с клиентами. Поэтому развитие сферы услуг как направления бизнеса требует не только профессионализма и качественных ресурсов, но и умения создавать уникальный опыт для потребителей.

Таким образом, сфера услуг предоставляет предпринимателям широкие возможности для реализации своих идей, инноваций и творческих подходов. Введение современных технологий, анализ данных, адаптация к изменяющимся требованиям рынка и акцент на качественное обслуживание становятся основой успешного бизнеса в данной области.

Сфера услуг тесно связана с инновациями, технологическими изменениями, адаптацией к потребностям клиентов и развитием качественного

обслуживания. Бизнес в области услуг требует высокой степени профессионализма, эмоционального интеллекта, адаптивности к изменяющимся рыночным условиям и способности строить долгосрочные отношения с клиентами.

В условиях глобализации и цифровизации многие компании стремятся дифференцировать свои услуги, предлагать уникальные решения и создавать персонализированный опыт для потребителей. Это позволяет увеличить конкурентоспособность бизнеса, расширить аудиторию и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Таким образом, сфера услуг становится все более важным и перспективным направлением развития бизнеса в современном мире. Изучение тенденций этой отрасли, внедрение инноваций, развитие качественного сервиса и адаптация к изменяющимся требованиям рынка - ключевые факторы успешной деятельности компаний, ориентированных на предоставление услуг.

Таким образом, актуальность изучения сферы услуг заключается в его значимой роли для успешности бизнеса и удовлетворения потребностей современного рынка.

Объектом исследования является сфера услуг, её структура, сущность и виды, термины «этика», «правила обслуживания», «мерчандайзинг», и ГОСТ 31984-2012.

Предметами исследования являются:

- сфера услуг как направление бизнеса;
- содержание ГОСТа 31984-2012;
- трактовки терминов: этика, правила обслуживания, мерчандайзинг.

Цель данной курсовой работы состоит в том, чтобы провести глубокий анализ и исследование сферы услуг как важного направления в современном бизнесе, произвести анализ терминов: этика, правила обслуживания и мерчандайзинг, а так же изучить межнациональный стандарт – ГОСТ 31984-2012 опираясь на стандарт – ГОСТ 1.5-2012 «Стандартизация в Российской

Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения».

Для достижения обозначенных целей были поставлены задачи:

- дать определение сферы услуг;
- рассмотреть основные аспекты развития сферы услуг;
- изучить процесс формирования рынка услуг;
- изучить содержание ГОСТа 31984-2012;
- найти различные трактовки, изучаемых терминов.

К основным, использованным, при написании курсового проекта методам относятся:

- анализ;
- сопоставление;
- сравнение;
- дедукция;
- классификация.

Для раскрытия темы сферы услуг как направления бизнеса были изучены труды:

- Чайковская А.В. Роль инноваций в сфере услуг : Научная статья / Чайковская А.В. – М., 2018;
- Гюев Г.В., Подольнец Л.А. Сфера услуг и современные тенденции ее развития: Научная статья / Гюев Г.В., Подольнец Л.А. - М., 2013.

ГЛАВА 1. СФЕРА УСЛУГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСА

1.1. Определение сферы обслуживания

В современном мире сфера обслуживания играет ключевую роль в экономике и предоставлении услуг населению. Определение сферы обслуживания является важным этапом для понимания специфики данного сектора и выявления основных характеристик, которые делают его уникальным и успешным в современном бизнесе.

1. Понятие и значение сферы обслуживания. Сфера обслуживания представляет собой сферу экономики, в которой осуществляется предоставление услуг потребителям или другим компаниям. Этот сектор включает в себя широкий спектр деятельности - от розничной торговли и туризма до медицинских услуг и финансового консультирования. Сфера обслуживания является неотъемлемой частью экономики каждой страны и имеет огромное значение для создания рабочих мест, развития инфраструктуры и удовлетворения потребностей населения.

2. Характеристики сферы обслуживания. Сфера обслуживания характеризуется рядом особенностей, среди которых следует выделить: - Непосредственный контакт с клиентами: в отличие от производственного сектора, где основное внимание уделяется производству товаров, в сфере обслуживания ключевым является взаимодействие с клиентами и предоставление качественных услуг. - Высокая степень персонализации: услуги, предоставляемые в данной сфере, часто требуют индивидуального подхода к каждому клиенту и удовлетворения его потребностей и ожиданий. - Зависимость от качества обслуживания: успешность компании в сфере обслуживания напрямую зависит от качества предоставляемых услуг, уровня сервиса и удовлетворенности клиентов.

3. Значение определения сферы обслуживания. Определение сферы обслуживания позволяет компаниям разрабатывать эффективные стратегии по

предоставлению услуг, выделять свою уникальность на рынке, адаптироваться к изменяющимся потребностям клиентов и повышать конкурентоспособность. Правильно сформулированное определение помогает лучше понять специфику бизнеса, определить целевую аудиторию, создать привлекательный образ компании и добиться успеха на рынке сферы обслуживания.

1.2. Возрастающее значение сферы обслуживания

Сфера обслуживания становится все более значимой в современном мире, и это не случайно. В условиях быстрого технологического развития, изменения потребительских предпочтений и увеличения конкуренции сектор услуг становится одним из ключевых компонентов успешной деятельности компаний.

1. Рост потребительского спроса на услуги. Сегодня потребители все более ценят время и удобство, а это стимулирует увеличение спроса на различные услуги. Благодаря сфере обслуживания люди могут получить не только товары, но и готовые решения, призванные сэкономить их время и упростить жизнь. Быстрый доступ к услугам через онлайн-платформы, курьерскую доставку, облачные сервисы и другие инновации делают сферу обслуживания все более привлекательной для современных потребителей.

2. Развитие технологий и цифровизация сферы обслуживания. Цифровая трансформация охватывает все сферы бизнеса, включая сферу обслуживания. Использование новейших технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей, облачные вычисления и биг-дата, позволяет компаниям оптимизировать процессы, персонализировать сервис, улучшить взаимодействие с клиентами и создать инновационные услуги, соответствующие современным требованиям потребителей.

3. Конкурентное преимущество через качественное обслуживание. В условиях рыночной конкуренции качественное обслуживание становится одним из основных способов различения компаний друг от друга. Позитивный опыт взаимодействия с клиентами, быстрое реагирование на их потребности,

индивидуализация сервиса и построение долгосрочных отношений создают конкурентное преимущество, способствуя росту клиентской базы, лояльности и удовлетворенности.

1.3. Формирование рынка услуг

Формирование рынка услуг - это сложный и многогранный процесс, который зависит от множества факторов, включая спрос и предложение, конкуренцию, технологические изменения, потребности потребителей и другие аспекты. Рынок услуг имеет свои особенности по сравнению с рынком товаров, что требует особого внимания и анализа со стороны компаний и государственных органов.

1. Спрос и предложение на рынке услуг. Формирование рынка услуг начинается с анализа спроса и предложения. Компании должны исследовать потребности и предпочтения потребителей, определить их ожидания и требования к услугам. На основе этих данных создаются уникальные предложения, способные удовлетворить спрос на рынке и предложить ценность потребителям.

2. Конкуренция на рынке услуг. Конкуренция играет важную роль в формировании рынка услуг. Наличие конкурентов стимулирует компании к постоянному совершенствованию своих услуг, снижению цен, инновациям и повышению качества сервиса. Конкуренция способствует развитию рынка и обеспечивает потребителям больший выбор и возможность получить наилучшие услуги.

3. Технологические изменения и рынок услуг. Быстрое развитие технологий оказывает значительное влияние на формирование рынка услуг. Внедрение цифровых технологий, автоматизация процессов, использование Big Data и искусственного интеллекта позволяют компаниям оптимизировать предоставление услуг, улучшить качество обслуживания, повысить эффективность бизнеса и создать инновационные продукты и сервисы.

4. Регулирование и стимулирование рынка услуг. Государственное регулирование играет важную роль в формировании рынка услуг. Правительство разрабатывает законы, стандарты и правила, которые регулируют деятельность компаний в сфере обслуживания, защищают интересы потребителей и способствуют развитию конкуренции.

1.4. Характеристика отраслей сферы услуг

Сфера услуг представляет собой разнообразный сектор экономики, включающий множество отраслей, каждая из которых имеет свои особенности и специфику.

Рассмотрим характеристики некоторых ключевых отраслей сферы услуг:

1. Туризм и гостиничное дело. Туризм и гостиничное дело являются одной из крупнейших отраслей сферы услуг. Основные характеристики этой отрасли включают в себя высокую сезонность, зависимость от экономической ситуации, необходимость высокого уровня обслуживания и адаптации к требованиям различных категорий туристов. Туризм и гостиничное дело играют значительную роль в развитии экономики многих стран и создании рабочих мест.

2. Здравоохранение и медицинские услуги. Отрасль здравоохранения и медицинские услуги характеризуются высокой ответственностью, сложностью и специфическими требованиями к качеству предоставляемых услуг. Важным аспектом этой отрасли является постоянное развитие медицинских технологий и применение инноваций для повышения эффективности лечения и ухода за пациентами.

3. Образование и обучение. Отрасль образования и обучения представляет собой ключевой компонент развития человеческого капитала в различных сферах деятельности. Характеристики этой отрасли включают в себя постоянное обновление программ обучения, адаптацию к потребностям рынка труда, использование современных методик и технологий для обучения.

4. Финансовые и страховые услуги. Отрасль финансовых и страховых услуг характеризуется высокой конкуренцией, строгими правилами регулирования, необходимостью доверия со стороны клиентов и постоянным анализом рисков. Особенно важно в этой отрасли обеспечение конфиденциальности, надежности и прозрачности операций.

1.5. Модель основных сфер человеческой жизнедеятельности

Человеческая жизнедеятельность включает в себя различные сферы деятельности, которые определяют основные аспекты жизни человека и общества в целом.

Рассмотрим модель основных сфер человеческой жизнедеятельности, которая включает следующие аспекты:

1. Физиологическая сфера. Физиологическая сфера включает в себя все аспекты, связанные с физиологией человека, его здоровьем, питанием, физической активностью и другими физиологическими потребностями. Эта сфера является основополагающей, поскольку здоровье и физическое благополучие определяют общее качество жизни человека.

2. Социально-культурная сфера. Социально-культурная сфера включает в себя аспекты связей человека с обществом, культурой, образованием, искусством, религией и другими аспектами социальной жизни. В этой сфере формируются ценности, нормы поведения, социальные роли и опыт общения.

3. Экономическая сфера. Экономическая сфера отражает отношения человека с производственной и финансовой деятельностью, потреблением ресурсов, созданием благосостояния и другими аспектами, связанными с экономикой. В этой сфере осуществляется производство товаров и услуг, распределение ресурсов и формирование доходов.

4. Психологическая сфера. Психологическая сфера включает в себя аспекты психики человека, его чувств, эмоций, мышления, личности и

взаимодействия с окружающим миром. Эта сфера определяет индивидуальные особенности человека, его мотивацию, цели и способы самореализации.

5. Экологическая сфера. Экологическая сфера связана с взаимодействием человека с окружающей средой, природой, биосферой и вопросами устойчивого развития. В этой сфере важны вопросы сохранения природных ресурсов, экологической безопасности и ответственного отношения к окружающей среде.

1.6. Аспекты развития сферы услуг

Сфера услуг является одной из ключевых отраслей современной экономики и играет важную роль в удовлетворении потребностей потребителей, создании рабочих мест и стимулировании экономического роста.

Рассмотрим основные аспекты развития сферы услуг, определяющие ее динамику и перспективы:

1. Технологические инновации. Одним из важнейших аспектов развития сферы услуг является интеграция современных технологий и цифровых инноваций. Применение искусственного интеллекта, интернета вещей, аналитики данных и других технологий позволяет оптимизировать процессы, улучшить качество обслуживания, персонализировать сервис и создать новые виды услуг, отвечающие потребностям современных потребителей.

2. Повышение качества обслуживания. Качество обслуживания остается ключевым фактором конкурентоспособности компаний в сфере услуг. Постоянное совершенствование сервиса, обучение персонала, учет обратной связи клиентов и адаптация к их потребностям позволяют повышать уровень удовлетворенности клиентов и повышать лояльность к бренду.

3. Развитие онлайн-платформ. Онлайн-платформы становятся все более популярным способом предоставления услуг, что открывает новые возможности для компаний взаимодействовать с клиентами и расширять свою клиентскую базу. Онлайн-бронирование, консультации через интернет,

курьерская доставка, облачные сервисы – все это примеры того, как цифровизация способствует развитию сферы услуг.

4. Персонализация и индивидуализация. Сегодня потребители все больше ценят индивидуализированные услуги, отвечающие их потребностям и предпочтениям. Компании, способные предложить персонализированный подход к каждому клиенту, могут выделиться на фоне конкурентов и создать прочные отношения с потребителями.

5. Устойчивое развитие. Сегодня приоритетным становится устойчивое развитие бизнеса, включая сферу услуг. Компании все больше обращают внимание на социальную ответственность, экологическую устойчивость, этические аспекты деятельности и вклад в общество. Устойчивое развитие становится неотъемлемой частью стратегии компаний в сфере услуг.

1.7. Коммуникационные пути в сфере обслуживания

В современном мире эффективная коммуникация играет ключевую роль в сфере обслуживания. Как важный элемент взаимодействия между предприятиями и клиентами, коммуникационные пути не только облегчают процесс оказания услуг, но и способствуют удовлетворению потребностей клиентов.

Рассмотрим основные аспекты коммуникационных путей в сфере обслуживания:

1. Многоуровневая коммуникация. В сфере обслуживания присутствует многоуровневая коммуникация, которая охватывает не только взаимодействие между сотрудниками компании, но и общение с клиентами. Это включает в себя внутреннюю коммуникацию между отделами компании, обмен информацией от руководства к исполнителям, а также внешнюю коммуникацию с клиентами через различные каналы.

2. Каналы коммуникации. В сфере обслуживания широко используются различные каналы коммуникации для взаимодействия с клиентами:

официальные сайты и приложения, телефонные звонки, электронная почта, чаты в реальном времени, социальные сети и другие средства. Каждый канал имеет свои особенности, преимущества и недостатки, поэтому важно выбирать соответствующий канал для эффективного общения с различными аудиториями.

3. Персональный подход. Один из ключевых аспектов коммуникации в сфере обслуживания - это персональный подход к клиентам. Сегодня потребители ценят индивидуальный подход и персонализированный сервис. Понимание потребностей каждого клиента, учет его предпочтений и истории взаимодействия помогает создать уникальный опыт обслуживания и укрепить связь с клиентами.

4. Обратная связь. Взаимодействие с клиентами включает в себя не только передачу информации, но и обратную связь. Важно не только предоставлять информацию о продуктах и услугах, но и слушать мнение клиентов, учитывать их отзывы, жалобы и предложения. Обратная связь позволяет компаниям улучшать качество обслуживания, корректировать стратегию и повышать удовлетворенность клиентов.

5. Обучение персонала. Для успешной коммуникации в сфере обслуживания важно обучать персонал правилам вежливости, эффективной коммуникации, умению решать конфликты и быть эмпатичными к клиентам. Профессионально подготовленный персонал способен оказывать качественное обслуживание и создавать позитивный опыт для клиентов.

Вывод по главе

Таким образом, определение сферы обслуживания является важным шагом для компаний, работающих в этом секторе, поскольку позволяет эффективно планировать свою деятельность и достигать поставленных целей в условиях конкурентной среды и изменяющихся потребностей клиентов, возрастающее значение сферы обслуживания объясняется изменяющимися

потребностями и ожиданиями потребителей, развитием технологий и цифровизацией, а также необходимостью компаний стремиться к высокому качеству сервиса для удержания и привлечения новых клиентов.

В современном бизнесе сфера обслуживания занимает все более важное место и играет ключевую роль в обеспечении успеха и роста компаний в условиях динамично меняющейся экономической среды.

Формирование рынка услуг представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий внимания к спросу и предложению, конкуренции, технологическим изменениям и регулированию.

Компании, которые правильно анализируют и учитывают все эти аспекты, могут успешно создать и продвигать свои услуги на рынке, обеспечивая удовлетворение потребностей клиентов и достижение бизнес-целей. Каждая отрасль сферы услуг имеет свои особенности, требования и вызовы, которые необходимо учитывать для успешного функционирования и развития бизнеса в данной области.

Изучение характеристик различных отраслей позволяет компаниям лучше понять специфику своей деятельности, адаптироваться к переменчивым условиям рынка и эффективно конкурировать в сфере услуг.

Модель основных сфер человеческой жизнедеятельности позволяет понять комплексный характер жизни человека и общества, выделить ключевые аспекты, определяющие качество жизни и благополучие.

Таким образом, развитие сферы услуг определяется комплексом факторов, включая технологические инновации, качество обслуживания, онлайн-платформы, персонализацию услуг и устойчивое развитие.

Компании, успешно адаптирующиеся к изменяющимся требованиям рынка и внедряющие новейшие технологии, могут эффективно развивать свой бизнес и обеспечивать удовлетворение потребностей клиентов.

Коммуникационные пути в сфере обслуживания играют ключевую роль в формировании позитивного опыта для клиентов, укреплении доверия к компании и достижении бизнес-целей. Понимание особенностей коммуникации

и умение эффективно взаимодействовать с клиентами являются важными компетенциями для развития успешного бизнеса в сфере услуг.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ТРАКТОВКИ ТЕРМИНОВ

2.1. Этика

Таблица 2.1. – Анализ трактовки понятия «Этика»

Трактовка анализируемого понятия	Автор данной трактовки	Выходные данные литературного источника, содержащего данную трактовку (ссылка)
1. Этика - это область социально-философских исследований, в рамках которой изучается мораль, выражающая особую сферу надбиологической регуляции человеческих отношений и связанные с ней высшие ценности и идеалы долженствования.	А. А. Гусейнов, М. А. Можейко, Н. Г. Севостьянова.	А. А. Гусейнов, М. А. Можейко, Н. Г. Севостьянова. Этика / Гуманитарный портал: Концепты [Электронный ресурс] / Центр гуманитарных технологий, 2002–2023 URL: https://gtmarket.ru/concepts/7185
2. Этика - философское учение о морали, ее развитии, принципах, нормах и роли в обществе.	С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова.	С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. Токовый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. - СПб., 2010. - 734 с. (с. 597).

Таким образом, анализ исследуемого термина включает в себя философский, социологический, профессиональный и личностный аспекты, которые вместе создают основу для размышлений о моральности, праве, обязанностях и ценностях в современном обществе. Наиболее верной можно считать трактовку А. А. Гусейнова, М. А. Можейко, Н. Г. Севостьяновой в их научном труде «Этика».

В более широком смысле, этика также описывает систему убеждений и ценностей, присущую определенной культуре, обществу или профессиональному сообществу, которая определяет правила поведения и нормы взаимодействия между людьми. Этика обычно используется для выработки морального кодекса, который направляет действия человека и помогает ему отличать добро от зла

2.2. Правила обслуживания

Таблица 2.2. – Анализ трактовки понятия «Правила обслуживания»

Трактовка анализируемого понятия	Автор данной трактовки	Выходные данные литературного источника, содержащего данную трактовку (ссылка)
1. Правила обслуживания - документ, регламентирующий порядок и условия обслуживания потребителей и содержащий соответствующие требования и нормы.	Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии	Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии ГОСТ Р 50646-2012 «услуги населению термины и определения»: Национальный стандарт российской федерации / Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. N 1612-ст
2. Правила обслуживания - это свод предписаний, которые обеспечивают грамотный и качественный сервис, помогают сформировать имидж и нередко становятся «визитной карточкой» того или иного учреждения.	Казарина Л. А., Казарина М. В.	Казарина Л. А., Казарина М. В. Об услугах в сфере научного обслуживания: Научная статья / Казарина Л. А., Казарина М. В. – М., 2016. – 28 с. (с. 12)

Правила обслуживания играют важную роль в сфере обслуживания и являются основой для создания положительного опыта для клиентов, установления долгосрочных отношений и повышения удовлетворенности потребителей.

Таким образом в научной статье «Об услугах в сфере научного обслуживания» Казарина Л. А., Казарина М. В. наиболее корректно дало определение понятия «Правила обслуживания».

Правила обслуживания являются основой успешной работы компаний в сфере обслуживания. Соблюдение этих правил способствует улучшению качества обслуживания, увеличению уровня доверия клиентов, повышению удовлетворенности и укреплению репутации компании на рынке. Эффективное выполнение правил обслуживания создает основу для стабильного и успешного бизнеса в секторе услуг.

2.3. Мерчандайзинг

Таблица 2.3. – Анализ трактовки понятия «Мерчандайзинг»

Трактовка анализируемого понятия	Автор данной трактовки	Выходные данные литературного источника, содержащего данную трактовку (ссылка)
1. Мерчандайзинг - направление в маркетинге, которое способствует стимулированию розничных продаж, привлекает внимание потенциальных покупателей к конкретным брендам или группам товаров в местах продаж без активного участия специализированного персонала.	Майкифер М. С.	Майкифер М. С. Мерчендайзинг — понятия и виды / М. С. Майкифер. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 8 (246). — С. 93-95. — URL: https://moluch.ru/archive/246/56648/
2. Мерчандайзинг – направление торгового маркетинга, а именно как комплекс мероприятий, которые направлены на продвижение определенного товара, марки, вида или упаковки, другими словами, на увеличение объемов продаж в розничной торговле. Эксперты считают, что основная цель мерчандайзинга - увеличение объемов продаж.	Мурадова С. Ш., Лямин Б. М., Дудаков Г. С.	Мурадова С. Ш., Лямин Б. М., Дудаков Г. С. «Мерчандайзинг как инновационный инструмент торговой отрасли»: Научная статья / Мурадова С. Ш., Лямин Б. М., Дудаков Г. С. – М., 2018. - 34 с. (с. 4)

Мерчандайзинг включает в себя такие аспекты, как расстановка товаров, создание витрин, использование POP-материалов (Point of Purchase) и другие приемы, направленные на то, чтобы товар бросался в глаза, вызывал интерес и мотивировал потребителя к покупке. Кроме того, мерчандайзинг также включает в себя анализ продаж, потребительского спроса и эффективности различных мероприятий в точках продаж.

Таким образом в научном труде Майкифер М. С. «Мерчендайзинг — понятия и виды» наиболее полно и корректно дано определение термина «мерчандайзинг».

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ СТАНДАРТА ГОСТ 31984-2012 УСЛУГИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

3.1. Введение

ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» - это стандарт, устанавливающий общие требования к предоставлению услуг общественного питания в различных заведениях, таких как рестораны, кафе, столовые, бары и прочие места питания.

Данный стандарт определяет основные нормы и правила, касающиеся организации питания, условий хранения и приготовления пищи, обеспечения безопасности продуктов, обслуживания посетителей, управления персоналом, уборки и санитарии, а также других аспектов, влияющих на качество и безопасность предоставляемых услуг.

3.2. Общая характеристика стандарта

ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» разработан Открытым акционерным обществом «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС»), внесен Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии. Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 июня 2013 г. N 192-ст межгосударственный стандарт ГОСТ 31984-2012 введен в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 1 января 2015 г.

Настоящий стандарт подготовлен на основе применения ГОСТ 3 50764-2009, переиздан в декабре 2019 г. Информация о введении в действие (прекращения действия) настоящего стандарта и изменений к нему на территории Белоруссии, Казахстана, Киргизии, Молдовы, России, Таджикистана, Узбекистана публикуется в указателях национальных

стандартов, издаваемых в этих государствах, а также в сети Интернет на сайтах соответствующих национальных органов по стандартизации.

В Российской Федерации настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.

3.3. Построение стандарта

На титульном листе стандарта указаны:

- Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации (МГС);
- обозначение стандарта и его статус: «межгосударственный стандарт»;
- наименование стандарта;
- слова «Издание официальное»;
- выходные сведения об издании.

На следующей странице после титульного листа размещено предисловие. Предисловие начинается с соответствующего заголовка, которое помещено в верхней части страницы, посередине, записано с прописной буквы и выделено полужирным шрифтом. В предисловии стандарта приведены общие сведения о данном стандарте, нумеруемые арабскими цифрами. В общих сведениях указаны данные кем разработан, внесен, принят и введен в действие стандарт, а так же переиздание.

Далее приведены сведения о странах, в которых действует стандарт: Беларусь, Казахстан, Киргизия, Молдова, Россия, Таджикистан, Узбекистан.

На следующей странице указано содержание, в котором указывается: область применения, нормативные ссылки, термины и определения, виды услуг общественного питания, общие требования к услугам общественного питания, требования безопасности услуг общественного питания, методы оценки и контроля качества услуг общественного питания, библиография.

В настоящем стандарте использована нормативная ссылка на межгосударственный стандарт: ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения».

Нормативные положения основной части стандарта оформлены в виде разделов, на последней странице стандарта указаны библиографические данные: технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции», ключевые слова по стандарту.

3.4. Изложение стандарта

В исследуемом стандарте использованы нормативные ссылки на стандарт: ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения». В стандарте применяются термины, стандартизированные на национальном уровне.

3.5. Содержание стандарта

Стандарт ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» является важным документом, устанавливающим стандарты качества и безопасности в сфере общественного питания. Данный стандарт содержит ряд основных положений, ориентированных на обеспечение высоких стандартов обслуживания и безопасности пищевых продуктов в предприятиях общественного питания.

Стандарт ГОСТ 31984-2012 разработан с целью установления обязательных требований к услугам общественного питания с целью обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов, а также улучшения условий предоставления услуг для конечных потребителей. Он применим ко всем видам предприятий общественного питания, независимо от их размера или типа.

В исследуемом стандарте расписаны виды оказываемых услуг, общие требования к ним, требования к безопасности, методы оценки и контроля качества услуг.

Стандарт предусматривает систему контроля за выполнением установленных требований, включая мониторинг санитарного состояния помещений, проверку качества продуктов, обучение персонала по соблюдению стандартов и проведение регулярных проверок со стороны контролирующих органов.

Каждое предприятие общественного питания несет ответственность за соблюдение требований данного стандарта. Нарушения могут повлечь за собой штрафы, административные меры или закрытие заведения нарушителя.

3.6. Анализ соответствия требований по построению, изложению, оформлению и содержанию стандарта требованиям ГОСТ Р 1.5—2012 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения»

Согласно пунктам №3, №4, №5 нормативного стандарта - ГОСТ Р 1.5—2012 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения» правила построения стандартов и требования к содержанию их отдельных структурных элементов, правила изложения стандартов, правила оформления стандартов и их проектов[9] исследуемый ГОСТ соответствует всем требованиям.

3.7. Заключение

Стандарт ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» играет важную роль в сфере общественного питания, устанавливая обязательные стандарты качества и безопасности для предприятий этой отрасли. Заведения общественного питания, следующие этим требованиям,

способствуют повышению уровня обслуживания, заботятся о здоровье потребителей и повышают свою профессиональную репутацию.

Основные аспекты, рассмотренные в стандарте ГОСТ 31984-2012, включают в себя санитарные требования к персоналу и помещениям, контроль за качеством пищевых продуктов, организацию обслуживания и управление персоналом. Эти требования направлены на создание безопасной и комфортной среды для приема пищи, защиту здоровья посетителей и поддержание высокого уровня сервиса.

Соблюдение стандарта ГОСТ 31984-2012 позволяет предприятиям общественного питания демонстрировать свою ответственность перед потребителями и обществом в целом. Это способствует повышению доверия к заведениям питания, стимулирует их к соблюдению высоких стандартов качества и безопасности, а также способствует развитию данной отрасли.

В заключение, стандарт ГОСТ 31984-2012 является неотъемлемой частью регулирования деятельности в сфере общественного питания, обеспечивая стабильность, качество и безопасность предоставляемых услуг. Его соблюдение необходимо для достижения высоких стандартов обслуживания, защиты здоровья потребителей и повышения репутации отрасли в целом. Поэтому важно, чтобы все участники данного сектора придерживались установленных норм и требований для обеспечения качественного и безопасного питания населения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение сферы услуг как направления бизнеса представляет собой ключевой аспект в современном мире, где сервис становится все более важным компонентом успешной деятельности компаний. Анализ этой сферы позволяет понять основные принципы управления сервисами, оптимизировать бизнес-процессы, повысить конкурентоспособность и удовлетворить потребности клиентов.

В результате изучения сферы услуг как направления бизнеса, было обнаружено, что успешное ведение бизнеса в этой области требует не только качественного предоставления услуг, но и понимания потребностей клиентов, создания уникального опыта для них и постоянного совершенствования предлагаемых сервисов.

Сфера услуг является динамичным сегментом бизнеса, который требует постоянного развития и адаптации к изменяющимся рыночным условиям. Маркетинг, операционный менеджмент, стратегическое планирование и инновации играют ключевую роль в успешном управлении услугами. Понимание и удовлетворение потребностей клиентов является основой эффективной стратегии в сфере услуг. Необходимость постоянного повышения качества предоставляемых услуг, их персонализации и индивидуализации для удержания клиентов и привлечения новых.

Таким образом, изучение сферы услуг как направления бизнеса позволяет предприятиям не только оставаться конкурентоспособными, но и создавать уникальные и ценные услуги для своих клиентов, что способствует устойчивому развитию и успеху компаний в современной деловой среде.

Изучение термина «мерчандайзинг» открывает перед нами важное понятие, которое играет ключевую роль в современной розничной торговле и маркетинге. Понимание этого термина позволяет компаниям эффективно организовывать продажи, привлекать клиентов, увеличивать прибыль и улучшать имидж бренда. Изучение мерчандайзинга позволяет понять, как

важно правильно организовывать места продажи, демонстрировать товары, создавать атмосферу в магазинах, чтобы привлечь внимание покупателей и стимулировать покупки.

Также, это понятие включает в себя работу с витринами, рекламными материалами, ценовой политикой, акциями, сезонными предложениями и другими аспектами, которые влияют на успешность розничных продаж.

Важно отметить, что мерчандайзинг не только ограничивается внешним видом магазинов и оформлением товаров, но также включает в себя анализ данных, поведения потребителей, сегментацию ассортимента, управление запасами и другие стратегические аспекты, которые напрямую влияют на эффективность продаж и уровень сервиса для клиентов. Изучение термина «мерчандайзинг» помогает компаниям создавать уникальное торговое пространство, разрабатывать инновационные стратегии продаж, улучшать взаимодействие с потребителями и увеличивать лояльность к бренду.

Таким образом, изучение мерчандайзинга является неотъемлемой частью успешной розничной торговли и маркетинга, что позволяет компаниям выделяться на рынке, привлекать больше клиентов, повышать уровень продаж и улучшать общее впечатление от взаимодействия с брендом.

Изучение термина «правила обслуживания» является ключевым элементом в области обслуживания клиентов и управлении сервисом. Понимание и соблюдение правил обслуживания существенно влияют на качество обслуживания, удовлетворенность клиентов, репутацию компании и ее конкурентоспособность.

Правила обслуживания включают в себя набор норм, инструкций, стандартов и процедур, которые определяют ожидаемый уровень сервиса, способы взаимодействия с клиентами, поведение персонала, а также процессы решения проблем и конфликтов.

Изучение этого термина позволяет компаниям эффективно управлять качеством обслуживания, обеспечивать единообразие в предоставлении услуг, повышать уровень доверия со стороны клиентов и создавать позитивный опыт

взаимодействия с брендом. Важно отметить, что правила обслуживания необходимо постоянно совершенствовать, учитывая изменяющиеся потребности клиентов, тенденции рынка и особенности отрасли. Гибкость, проактивность и эмпатия играют важную роль в создании положительного впечатления у клиентов и удержании их в долгосрочной перспективе.

Изучение термина «правила обслуживания» помогает компаниям строить долгосрочные отношения с клиентами, повышать их лояльность, увеличивать уровень удовлетворенности и рекомендаций, что в итоге способствует росту прибыли и увеличению конкурентоспособности на рынке.

Таким образом, понимание и соблюдение правил обслуживания играют важную роль в успешной деятельности компаний, оказывающих услуги, и являются фундаментом для построения долгосрочных и взаимовыгодных отношений с клиентами.

Изучение термина «этика» является фундаментальным аспектом в различных сферах жизни, включая бизнес, образование, медицину, социальные отношения и другие.

Понимание этических принципов и стандартов играет важную роль в формировании норм поведения, принятии правильных решений, укреплении доверия в отношениях между людьми и организациями. Изучение этики помогает людям и компаниям определять, что является правильным и неправильным, морально допустимым и недопустимым в различных ситуациях. Это позволяет принимать обоснованные решения, учитывая не только свои собственные интересы, но и общие ценности, уважение к другим людям и культурным особенностям.

Изучение термина «этика» способствует формированию сознательного отношения к моральным принципам, развитию этического мышления и поведения, улучшению взаимодействий в обществе, созданию добросовестной и ответственной среды для всех участников.

Важно отметить, что этика не остаётся статичной и неизменной, она эволюционирует вместе с обществом, учитывая новые вызовы,

технологические изменения, культурные различия и другие факторы. Поэтому важно постоянно обновлять и развивать свои знания в области этики, адаптировать их к современным реалиям и применять в повседневной практике.

Изучение термина «этика» является неотъемлемой частью формирования гражданского общества, где уважение друг к другу, соблюдение нравственных принципов и стремление к справедливости являются основой для гармоничного сосуществования и развития всех людей.

Таким образом, этика является важным компонентом нашей культуры, общества и профессиональной деятельности, она определяет наши ценности, поведение и отношения с окружающими, формируя основу для развития гуманитарных и духовных аспектов нашей жизни.

Изучение и анализ ГОСТов имеет огромное значение в различных сферах деятельности, так как эти стандарты являются основой для обеспечения качества продукции, услуг и процессов. Знание и понимание ГОСТов позволяют организациям соблюдать установленные нормы, повышать надежность продукции, обеспечивать безопасность потребителей и улучшать эффективность производства.

Изучение ГОСТов необходимо для стандартизации и унификации процессов, упрощения взаимодействия между участниками рынка, обеспечения соответствия продукции и услуг требованиям законодательства и международным стандартам. Это способствует повышению конкурентоспособности организаций, расширению рынков сбыта и повышению доверия со стороны потребителей.

Анализ ГОСТов позволяет компаниям быть в курсе последних изменений и обновлений стандартов, адаптировать свою деятельность к новым требованиям, избежать штрафов и санкций за нарушения нормативных документов, а также повысить качество продукции и сервиса.

Изучение ГОСТов представляет собой важную часть работы в различных областях, включая производство, инженерию, науку, строительство, медицину и другие сферы деятельности. Это стандарты, устанавливающие требования к

качеству продукции, процессам, услугам, безопасности и другим аспектам, способствуя единообразию, качеству и безопасности в различных отраслях экономики.

Изучение ГОСТов позволяет специалистам и организациям ориентироваться в требованиях к продукции, выпускаемой на рынок, стандартизируя процессы производства и обеспечивая соответствие товаров и услуг установленным стандартам. Это способствует повышению качества продукции, повышению безопасности для потребителей и улучшению конкурентоспособности компаний.

Важно отметить, что изучение ГОСТов также помогает преодолевать различия во взаимодействии с зарубежными партнерами, так как стандартизация облегчает понимание требований и соответствие международным нормам и стандартам.

Безусловно, знание и понимание ГОСТов является необходимым для обеспечения качества продукции и услуг, сохранения безопасности потребителей, повышения эффективности производства и содействия взаимопониманию в рамках национальных и международных рынков.

Таким образом, изучение ГОСТов имеет большое значение для обеспечения стандартного качества продукции, обеспечения безопасности и эффективного взаимодействия в современной экономике, способствуя развитию индустрии, улучшению потребительского опыта и укреплению репутации компаний на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. Токовый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. - Спб., 2010. - 734 с. (с. 597).
2. А. А. Гусейнов, М. А. Можейко, Н. Г. Севостьянова. Этика / Гуманитарный портал: Концепты [Электронный ресурс] / Центр гуманитарных технологий, 2002–2023 URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7185>
3. Майкифер, М. С. Мерчендайзинг — понятия и виды / М. С. Майкифер. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 8 (246). — с. 93-95. — URL: <https://moluch.ru/archive/246/56648/> (дата обращения: 08.04.2024)
4. Чайковская А.В. Роль инноваций в сфере услуг : Научная статья / Чайковская А.В. – М., 2018. – 32 с. (с. 11)
5. Гиоев Г.В., Подолянец Л.А. Сфера услуг и современные тенденции ее развития: Научная статья / Гиоев Г.В., Подолянец Л.А. - М., 2013.
6. Казарина Л. А., Казарина М. В. Об услугах в сфере научного обслуживания: Научная статья / Казарина Л. А., Казарина М. В. – М., 2016. – 28 с. (с. 12)
7. Мурадова С. Ш., Лямин Б. М., Дудаков Г. С. «Мерчендайзинг как инновационный инструмент торговой отрасли»: Научная статья / Мурадова С. Ш., Лямин Б. М., Дудаков Г. С. – М., 2018. - 34 с. (с. 4)
8. ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования». - М.: Стандартиформ, 2019.
9. ГОСТ Р 1.5—2012 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения. - М.: Стандартиформ, 2014.