

**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. Общие требования | 23 |
| 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 IT-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;

- Гиоев Г.В., Подолянец Л.А. Сфера услуг и современные тенденции ее развития: Научная статья / Гиоев Г.В., Подолянец 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. **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. **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. **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. **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](https://gtmarket.ru/concepts/) [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](https://docs.cntd.ru/document/1200107326#7D20K3) 31984-2012 введен в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 1 января 2015 г.

Настоящий стандарт подготовлен на основе применения ГОСТ З 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 распространён 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](https://gtmarket.ru/concepts/) [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. «Мерчандайзинг 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.: Стандартинформ, 2019.
    9. ГОСТ Р 1.5—2012 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные РФ. Правила построения, изложения, оформления и обозначения. .- М.: Стандартинформ, 2014.