

24-1455



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ,
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

КУРСКИЙ ИНСТИТУТ КООПЕРАЦИИ (ФИЛИАЛ)

**РЮМШИНА С.Ф.
МАНЬШИН А.А.
ГОЛОВАСТИКОВА А.В.**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
И ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ
ПРЕДПРИЯТИЯ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

МОНОГРАФИЯ

КУРСК 2022

24-01455

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ,
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**

КУРСКИЙ ИНСТИТУТ КООПЕРАЦИИ (ФИЛИАЛ)

**Рюмина С.Ф.
Маньшин А.А.
Головастикова А.В.**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

монография

Курск - 2022

УДК 658.8.012

ББК 65.291

P97

Рецензент:

Тутов Н.Д., кандидат технических наук, доцент кафедры товароведно-технологических дисциплин Курского института кооперации (филиала) БУКЭП

P97 Рюмшина С.Ф. Стратегический анализ и формирование стратегии развития сервисных услуг предприятия общественного питания: монография / С.Ф. Рюмшина, А.А. Маньшин, А.В. Головастикова. – Курский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Курск, 2022. – 174 с.

В монографии представлены вопросы стратегического планирования его анализ и формирование стратегии развития сервисных услуг на предприятиях общественного питания.

ISBN 978-5-907407-82-4

© Рюмшина С.Ф., Маньшин А.А., Головастикова А.В.
© Курский институт кооперации (филиал)
АНО ВО «Белгородский университет
кооперации, экономики и права», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты стратегического планирования и развитие сервисных услуг на предприятиях общественного питания	7
1.1 Сущность научной категории «Стратегия»	7
1.2 Сущность понятий «сервис», «культура сервиса», «услуга». Принципы сервиса и сервисной деятельности	14
1.3 Содержание, формы и методы стратегического планирования	20
1.3.1 Стратегическое планирование как основа ведения бизнеса	20
1.3.2 Формы и методы стратегического планирования на предприятиях общественного питания	31
1.4 Методы анализа внешней и внутренней среды, маркетинговых возможностей предприятия	35
1.4.1 Методика, используемая при выявлении «относительного качества»	35
1.4.2 Методы анализа внутренней и внешней сред при стратегическом планировании	38
2. Стратегический анализ и оценка действующей стратегии сервисной деятельности предприятия общественного питания	47
2.1 Постановка целей и задач исследования. Методы, используемые в работе	47
2.2 Сравнительный анализ предприятий общественного питания	52
2.2.1 Выявление показателей по классификационному признаку для предприятий общественного питания	52
2.2.2 Исследование и оценка предприятий общественного питания при использовании материалов, предоставленных «гидами»	55
2.3 Характеристика предприятия общественного питания, выбранного для анализа	75
2.4 Анализ внешней и внутренней среды функционирования предприятия	77
2.5. Исследование сильных и слабых сторон, с использованием SWOT - анализа	91
2.6. Качественная оценка уровня сервисной деятельности предприятия	94
3 Экономическое обоснование направлений совершенствования сервисных услуг	102
3.1 Формирование портфеля стратегий предприятия	102
3.2. Организационно-экономический механизм повышения имиджа организации, совершенствования технологий сервиса	112
3.3 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий	121
Заключение	130

Список использованных источников	134
ПРИЛОЖЕНИЕ А Основные принципы организации производственного процесса	156
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Перечень реализуемых услуг предприятия общественного питания	158
Приложение В Специфика использования инновационных технологий в практике предприятий питания за рубежом	168