

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.06 Организация производства и обслуживания на предприятиях
общественного питания**

**Направление подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация общественного
питания**

**Профиль образовательной программы Технология и организация производства
продуктов питания**

Форма обучения (заочная)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Конспект лекций	3
1.1 Лекция № 1 Организация малых предприятий общественного питания	3
1.2 Лекция № 2 Организация работы заготовочных и додотовочных цехов.....	7
2. Методические материалы по выполнению лабораторных работ	9
2.1 Лабораторная работа № ЛР-1 Организация малых предприятий общественного питания	9
2.2 Лабораторная работа № ЛР-2 Организация работы заготовочных и додотовочных цехов.....	10
2.3 Лабораторная работа № ЛР-3 Организация труда на предприятиях общественного питания.....	10
2.4 Лабораторная работа № ЛР-4 Особенности организации обслуживания различных контингентов потребителей.....	11
3. Методические материалы по проведению практических занятий	11
3.1 Практическое занятие № ПЗ-1 Организация малых предприятий общественного питания.....	11
3.2 Практическое занятие № ПЗ-2 Основы организации обслуживания. Методы и формы обслуживания.....	12
3.3 Практическое занятие № ПЗ-3 Управление издержками производства и себестоимостью продукции. Ценовая политика предприятия.....	13
3.4 Практическое занятие № ПЗ-4 Управление качеством продукции предприятия (организации). Инновационная деятельность предприятия.....	14

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

1.1 Лекция № 1 (2 часа).

Тема: «Организация малых предприятий общественного питания»

1.1.1 Вопросы лекции:

1. Особенности организации малых предприятий общественного питания.
2. Франчайзинг как современная форма организации малого предприятия. Виды и методы франчайзинга.
3. Организация лизинговых операций и использование лизинга в предприятиях общественного питания.

1.1.2 Краткое содержание вопросов:

1. Наименование вопроса № 1

Особенности организации малых предприятий общественного питания.

Предприятие -это учреждение в форме юридического лица, которое выполняет одну или несколько специфических функций по производству и распределению товаров и услуг. Его основные черты:

организационное единство: предприятие - это организованный коллектив со своей внутренней структурой и порядком управления. Базируется на иерархическом принципе организации экономической деятельности;

определенный комплекс средств производства: предприятие имеет собственное имущество, которое самостоятельно использует в определенных целях;

предприятие предполагает единоличия: основывается на прямых: административных формах управления;

выступает в хозяйственном обороте от собственного имени (наименования);

оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность: предприятие само осуществляет разного рода сделки и операции, само получает прибыль или несет убытки, за счет прибыли обеспечивает стабильное финансовое положение и дальнейшее развитие производства.

Предприятие можно классифицировать по различным количественным и качественным параметрам. Основными количественными параметрами выступают численность работников и годовой оборот капитала. В соответствии с критерием численности занятых выделяют:

мелкие предприятия или малый бизнес;

средние предприятия или средний бизнес;

крупные предприятия или крупный бизнес.

Среди качественных показателей классификации предприятий можно назвать следующие:

тип собственности

а) частная

б) государственная

характер и содержание деятельности;

объем и ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции;

способы и методы ведения конкурентной борьбы;

способ вхождения в различные союзы и объединения;

организационно-правовые формы предпринимательской деятельности:

КОММЕРЧЕСКИЕ:

а) хозяйствственные товарищества и общества;

б) производственные кооперативы;

в) унитарные предприятия;

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ:

- а) потребительские кооперативы;
- б) общественные и религиозные организации;
- в) фонды;
- г) учреждения;
- д) ассоциации.

2. Наименование вопроса № 2

Франчайзинг как современная форма организации малого предприятия.

Виды и методы франчайзинга.

Важным составным элементом успеха является четкое и полное знание предпринимателем сущности франчайзинга, его разновидности, структуры, преимуществ и возможных рисков при его использовании.

Франчайзинг может быть определен как способ доставки продукции или услуг потребителю, способ развития бизнеса и завоевания рынка на основе кооперации материальных и финансовых средств и усилий различных предприятий. Франчайзинг может рассматриваться также и как соглашение, при котором производитель или единоличный распространитель продукта или услуги, защищенных торговой маркой, дает эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции или услуг независимым предпринимателям (розничным торговцам) в обмен на получение от них платежей (роялти) при условии соблюдения технологий производственных и обслуживающих операций.

Во франчайзинге, как уже отмечалось, участвуют две группы бизнесменов. Тот, кто предоставляет это право (франшизу), называется франчайзер. Обычно он имеет многолетний опыт в производстве данного продукта, развел систему, присвоил ей свое имя или товарный знак и обладает знаниями о том, что может привести к успеху, а что нет. Франчайзи-это лицо, которое покупает право на ведение бизнеса (франшизу) под именем или торговой маркой.

Существуют разнообразные формы франчайзинга. Выбор франчайзинга зависит: от вида хозяйственной деятельности; стабильности франчайзера и его места на определенном рынке товаров и услуг; особенностей рынка местного франчайзи. Выделяют три основных вида франчайзинга - товарный франчайзинг, производственный и деловой.

Товарный франчайзинг иногда называют «франчайзинг продукта (торгового имени)». Это франчайзинг в сфере торговли на продажу готового товара. В товарном франчайзинге франчайзером обычно являются производитель, продающий законченный продукт или полуфабрикат дилеру-франчайзи. Последний осуществляет предпродажное и послепродажное обслуживание покупателей продукции франчайзера и отказывается от продажи товаров конкурентов. Это правило является существенным содержанием взаимоотношений партнеров - франчайзера и франчайзи-дилера.

Этот вид деятельности, подразумевает приобретение у ведущей компании права на продажу товаров с ее торговой маркой. В этом случае франчайзи покупает у франчайзера товары и после этого их перепродаает от имени франчайзера. В отдельных случаях ведущая компания имеет отношение и к оплате гарантийных услуг, и возмещению расходов на совместную рекламу. Как правило, для товарного франчайзинга характерна узкая специализация франчайзи на реализации одного вида товаров и услуг.

В США первые франчайзинги стали популярными в начале нынешнего века как способ продажи машин и бензина. В тот период времени франчайзинги были созданы на уровне распределителей (дистрибуторов). Такой подход давал гарантию производителям в том, что их товары попадут к покупателям точно в таком виде, в каком они были созданы. При этом имя и торговая марка компании получали широкое распространение и приносили все выгоды потребителям. В настоящее время автомобильные компании и компании, производящие бензин, согласно американским законам не считаются

франчайзерами, тогда как многие другие компании широко пользуются франчайзингом как способом распространения и распределения своих товаров. Такой способ ведения бизнеса, при котором франчайзи покупают у ведущей компании право на продажу товаров с ее торговой маркой, называется товарным франчайзингом. В настоящее время этот вид франчайзинга используется некоторыми компаниями, например, по производству автопокрышек. Если же товары и услуги не имеют торговых марок, они не включаются в эту категорию.

Производственный франчайзинг - это франчайзинг на производство товаров. В этом случае фирма, владеющая технологией изготовления некоего продукта, продает местным или региональным заводам сырье для изготовления (например, завод по разливу безалкогольных напитков).

Мелкая фирма здесь не просто выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги, но и включается в полный цикл хозяйственной деятельности крупной корпорации, выполняя равные с ней требования технологического процесса, качества, обучения персонала, выполнения плана продаж, оперативной отчетности. Эта форма предусматривает тесный контакт франчайзера и франчайзи, детальную регламентацию деятельности и высокую степень ответственности малого предприятия.

3. Наименование вопроса № 3

Организация лизинговых операций и использование лизинга в предприятиях общественного питания.

Эффективное ведение производственной и другой предпринимательской деятельности вне зависимости от формы ее организации требует значительного стартового капитала, существенных единовременных первоначальных затрат. Кроме того, сами условия функционирования большинства предприятий, ужесточающаяся конкуренция требуют новых вложений в обновление производства, укрепление его материально-технической базы. Именно необходимость инвестиционных вложений зачастую создает барьеры входу на рынок или не позволяет на нем закрепиться многим предприятиям, особенно средним и малым.

В этих условиях едва ли не единственной возможностью преодоления указанных препятствий являются такие специфические механизмы привлечения ресурсов, как аренда (в том числе ее особая, наиболее активно развивающаяся форма — лизинг).

Наиболее настойчиво необходимость применения этих механизмов проявилась в последние годы под влиянием следующих факторов:

недостаточный объем ликвидных средств в бурно развивающихся отраслях экономики; обострение конкуренции, в том числе международной, требующее, с одной стороны, оптимизации инвестиций, а с другой — существенного расширения рынков сбыта и поиска нетрадиционных каналов реализации продукции;

возникшее из-за этого уменьшение прибыли предприятий, ограничивающее их возможности по выделению достаточных средств для желательного расширения производства;

существенный рост количества и степени участия в общеэкономическом развитии малых и средних предприятий, что значительно повысило спрос на относительно недорогие льготные способы инвестирования;

объективная необходимость применения нетрадиционных форм финансирования капитальных вложений, позволяющих одновременно решать вопросы приобретения и финансирования, не замораживая значительной суммы средств на длительный период в производительных активах;

проявившееся в это время содействие инвестированию со стороны правительственные и финансовых органов в интересах стимулирования экономического роста.

Основная задача предприятий в этих условиях - достижение соответствующего уровня конкурентоспособности продукции, в том числе посредством снижения издержек

производства. Это возможно лишь на основе инвестирования в современное технологическое развитие, переоснащение действующего парка оборудования. В данном случае и целесообразно прибегнуть к арендным отношениям как к эффективным методам финансирования инвестиционной деятельности.

Аренда, с одной стороны, позволяет предприятиям вовлекать в хозяйственный оборот необходимое имущество без значительных единовременных вложений, связанных с его приобретением, а с другой - предоставляет возможность получать доход посредством сдачи в аренду временно неиспользуемых объектов, сохраняя право собственности на них.

В агрегированном виде само право собственности предполагает наличие у собственников трех основных правомочий — права владения, пользования и распоряжения определенной вещью, предметом, их совокупностью, то есть объектом собственности.

Собственник по своему усмотрению владеет, пользуется и распоряжается принадлежащим ему имуществом, а также может передавать эти свои права другим лицам.

Согласно принципу возможного разграничения этих полномочий, право пользования предполагает вариант приложения данного объекта собственности с целью извлечения из него пользы, что не исключает извлечения этой пользы через другой субъект — через пользователя имуществом.

Правовые основы регулирования арендных отношений рассмотрены в Гражданском кодексе Российской Федерации (часть II, глава 34 «Аренда»).

В аренду может сдаваться как движимое, так и недвижимое имущество. Согласно нашему законодательству, в случае аренды недвижимости и в некоторых других случаях арендный договор подлежит государственной регистрации. Широкое распространение получила сдача в аренду действующими предприятиями временно свободных зданий, сооружений, оборудования, транспортных средств.

Предметом договора аренды могут быть и имущественные комплексы, например, предприятия в целом или их подразделения. Это создает условия для быстрого введения в действие производственных мощностей, использования готовой инфраструктуры. Такие условия необходимы, в первую очередь, малым и средним предприятиям. На практике встречаются договоры на аренду земельных участков и иных природных объектов в том случае, если объекты не подпадают под действие специальных нормативных актов.

Преимуществом арендных отношений является предоставление возможности арендатору в случае, если необходимость в использовании имущества исчезает, передавать с согласия арендодателя права и обязанности по договору аренды другому лицу — в данном случае заключается договор субаренды. Вследствие этого значительно расширяются возможности предприятий эффективно использовать арендуемые объекты в соответствии с изменяющимися условиями хозяйственной деятельности. Срок действия договора субаренды не может превышать периода действия договора аренды.

Ключевыми параметрами сделки являются форма, размер арендной платы, сроки и условия ее внесения. В зависимости от конкретных условий, эти параметры существенно различаются.

Наиболее распространенным методом арендной платы является установление твердой суммы платежа, исчисленной исходя из стоимости всего арендуемого имущества или отдельно по каждой из его составных частей. Платежи вносятся, как правило, периодически в установленные договором сроки. В некоторых случаях, однако, возможна и единовременная выплата.

При сдаче в аренду зданий и сооружений арендная плата обычно устанавливается на единицу площади, исходя из фактического размера переданного объекта.

Арендатор является собственником продукции в доходов, полученных в результате использования арендного имущества. Поэтому зачастую арендная плата может

вноситься путем передачи части продукции арендодателю или посредством оказания определенных услуг. При недостатке денежных средств на начальных этапах становления бизнеса данный способ является наиболее предпочтительным для арендатора.

В качестве платы за пользование имуществом на арендатора могут быть возложены затраты на улучшение арендуемых объектов. Таким образом, арендная плата определяется как в денежном, так и натуральном выражении. Используются также различные сочетания данных форм оплаты.

1. 2 Лекция № 2 (2 часа).

Тема: «Организация работы заготовочных и доготовочных цехов»

1.2.1 Вопросы лекции:

1. Состав заготовочных цехов и общие требования к организации.
2. Состав доготовочных цехов и общие требования к организации.

1.2.2 Краткое содержание вопросов:

1. Наименование вопроса № 1

Состав заготовочных цехов и общие требования к организации.

1. Организация централизованного производства мясных полуфабрикатов
Назначение, мощность, ассортимент.

Назначение цеха: централизованное производство мясных полуфабрикатов и снабжение ими предприятий доготовочных.

Ассортимент цеха разрабатывается на основании действующей НТД и включает натуральные полуфабрикаты (крупнокусковые, порционные, мелкокусковые), рубленые (натуральные и с наполнителем), кости пищевые.

Мощность цеха различная – от 0,5 до 7,5 сырья в смену. При этом 60% продукции вывозится на предприятия доготовочные, оставшаяся часть направляется на переработку в кулинарный цех.

Требования к условиям производства.

1. Механизация основных производственных процессов, использование высокопроизводительного оборудования.
2. Правильная организация специализированных рабочих мест.
3. Состав помещений цеха и расположение рабочих мест (участков) должны соответствовать направлению технологического процесса.
4. Строгое соблюдение санитарно-гигиенических правил.
5. Реализация продукции в строгом соответствии со сроками хранения.

Эти требования являются общими и предъявляются к организации работы всех заготовочных цехов.

Состав помещений цеха.

В соответствии со схемой технологического процесса в мясном цехе выделяют следующие помещения:

- Холодильная камера для хранения сырья;
- Кладовая для продуктов;
- Дефростеры;
- Помещение для мытья туш;
- Помещение основного производства;
- Помещение для распиловки костей;
- Холодильная камера для кратковременного хранения полуфабрикатов;
- Моечная инвентаря и кладовая тары;
- Помещение начальника цеха.

Организация производственных участков и рабочих мест.

Дефростация осуществляется в специальных помещениях – дефростерах. Из кладовых сырье по монорельсу поступает в дефростеры, где в подвешенном состоянии размораживается при температуре 6-80С в течение 2-3 дней при относительной влажности 85-90%. Вместимость каждого дефростера соответствует суточному количеству сырья.

В моечном отделении организуется одно или два рабочих места для мытья туш. Здесь производится зачистка мяса от загрязнений, срезается клеймо, затем обмывается из шланга теплой водой (250С) при помощи резиновых щеток и обсушивается:

- Хлопчатобумажной тканью (3-5 мин);
- В специальных помещениях с повышенной вентиляцией (2 часа).

После этого туша (полутуша) взвешивается на монорельсовых весах (ВМЦ-1М). Записи ведутся в специальном журнале.

Далее сырье поступает в помещение основного производства.

2. Наименование вопроса № 2

Состав готовочных цехов и общие требования к организации.

Производственной программой готовочных цехов является план-меню. Режим работы цехов установлен в зависимости от условий реализации блюд и кулинарных изделий. Работы производственных бригад готовочных цехов строго согласована со временем работы зала и с графиком потока потребителей на предприятии. Производственная программа и режим работы готовочных цехов тесно увязаны между собой.

Назначение готовочных цехов (горячего и холодного) - завершение технологического процесса производства продукции и выпуск готовых блюд и кулинарных изделий.

Организация работы холодного цеха

Холодный цех предназначен для приготовления, порционирования холодных блюд и закусок, сладких блюд, холодных напитков, а также для их оформления.

Холодный цех располагается в помещении с естественным освещением, удобно связан с горячим цехом, а также раздачей и моечной кухонной посуды.

Особенность организации работы холодного цеха состоит по сути в том, что здесь используется значительное количество продуктов, которые не подвергаются тепловой обработке, что вызывает крайне важность особенно строго соблюдать санитарные правила при организации технологического процесса. Все отпускаемые холодные блюда, закуски и салаты изготавливаются непосредственно перед отпуском потребителям, то есть изготовление готовой продукции зависит от спроса на нее, что влияет на режим работы цеха.

Технологические условия производства, а также сырье и полуфабрикаты, используемые для производства готовой продукции, требует оснащения цехов холодными шкафами, низкотемпературными прилавками.

В холодном цехе установлено механическое, холодильное и немеханическое оборудование. Рабочие места располагаются по ходу технологического процесса.

В холодном цехе выделяют две технологические линии:

- * для приготовления холодных блюд и закусок;
- * для приготовления сладких блюд и напитков.

Организация работы горячего цеха

Назначение горячего цеха - тепловая кулинарная обработка продуктов и подготовка блюд и кулинарных изделий к отпуску.

В горячем цехе предприятия приготовляют супы, вторые горячие блюда, гарниры, соусы, горячие напитки, и, кроме того, в нем производится тепловая обработка продуктов, которые в дальнейшем поступают для доработки в холодный цех.

Горячий цех имеет удобную взаимосвязь с заготовочными цехами, с раздачей, холодным цехом и моечной кухонной посуды.

Цех – обособленная в административном отношении первичная производственная ячейка предприятия, в которой осуществляется механическая кулинарная обработка сырья, приготовление полуфабрикатов или выпуск готовой продукции.

Особое место в структуре помещений ресторана занимают складские помещения, в которых хранят сырья для приготовления блюд. Для каждого вида продуктов имеются специальные кладовые, где они хранятся в определенной таре. Хранение основного сырья в складских помещениях отличается кратковременностью. Сроки хранения сырья зависят от его типа, района расположения, расстояния от базовых продуктовых зон, климатических условий данной местности.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

2.1 Лабораторная работа № 1 (2 часа).

Тема: «Организация малых предприятий общественного питания»

2.1.1 Цель работы: изучить теоретические основы малого предпринимательства, его роль в национальной экономике; раскрыть особенности организации малых предприятий общественного питания; определить направления и формы государственной поддержки малого бизнеса.

2.1.2 Задачи работы:

1. Изучить и проанализировать условия, принципы и этапы создания малого предприятия общественного питания.
2. Раскрыть франчайзинг как форму организации бизнеса.
3. Обосновать использование лизинга в предприятиях питания как перспективную форму инвестирования.

2.1.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:

1. Персональный компьютер и калькулятор.

2.1.4 Описание (ход) работы:

Порядок и этапы создания предприятий. Особенности организации малых предприятий общественного питания. Франчайзинг как современная форма организации малого предприятия. Виды и методы франчайзинга. Организация лизинговых операций и использование лизинга в предприятиях общественного питания.

2.2 Лабораторная работа № 2 (2 часа).

Тема: «Организация работы заготовочных и додготовочных цехов»

2.2.1 Цель работы: раскрыть организацию производственных и трудовых процессов в заготовочных и доготовочных цехах предприятий питания.

2.2.2 Задачи работы:

1. Изучить и проанализировать организацию производственных и трудовых процессов при изготовлении полуфабрикатов из мяса, птицы и рыбы.
2. Раскрыть организацию работы овощного цеха.
3. Изучить и проанализировать организацию производственных и трудовых процессов в доготовочных цехах (горячем, холодном, цехе доработки полуфабрикатов и обработки зелени).
4. Раскрыть организацию производственных и трудовых процессов в кондитерском и кулинарном цехах.

2.2.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:

1. Персональный компьютер и калькулятор.

2.2.4 Описание (ход) работы:

Состав заготовочных цехов и общие требования к их организации. Организация производственных и трудовых процессов изготовления полуфабрикатов из мяса, птицы, рыбы, овощей и картофеля. Состав доготовочных цехов и общие требования к их организации. Организация работы цеха доготовки полуфабрикатов. Организация производственных и трудовых процессов в холодном и горячем цехах. Организация производственных и трудовых процессов в кондитерском и кулинарном цехах.

2.3 Лабораторная работа № 3 (2 часа).

Тема: «Организация труда на предприятиях общественного питания»

2.3.1 Цель работы: систематизировать методологические вопросы и основные теоретические положения организации труда на предприятиях питания.

2.3.2 Задачи работы:

1. Сформулировать основные принципы рациональной организации труда.
2. Изучить основные направления научной организации труда.
3. Раскрыть методы практической работы по совершенствованию организации труда.

2.3.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:

1. Персональный компьютер и калькулятор.

2.3.4 Описание (ход) работы:

Сущность и задачи научной организации труда (НОТ). Основные направления НОТ: разделение и кооперация труда; организация и обслуживание рабочих мест; внедрение передовых приемов и методов труда; совершенствование нормирования труда; создание благоприятных условий труда; проектирование рациональных режимов труда и отдыха; укрепление дисциплины труда; профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации работников.

2.4 Лабораторная работа № 4 (2 часа).

Тема: «Особенности организации обслуживания различных контингентов потребителей»

2.4.1 Цель работы: выделить особенности организации обслуживания различных контингентов потребителей.

2.4.2 Задачи работы:

1. Проанализировать особенности организации питания и обслуживания на производственных предприятиях.
2. Рассмотреть организацию питания и обслуживания студентов высших и средних специальных учебных заведений.
3. Определить современные формы обслуживания учащихся общеобразовательных школ.
4. Выявить отличия обслуживания пассажиров различных видов транспорта.
5. Изучить обслуживание проживающих в гостинице.

2.4.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:

1. Персональный компьютер и калькулятор.

2.4.4 Описание (ход) работы:

Организация обслуживания в предприятиях питания гостиничного комплекса. Особенности предоставления услуг по организации питания и обслуживания в местах массового отдыха и культурно-массовых мероприятий. Обслуживание пассажиров на железнодорожном транспорте. Обслуживание пассажиров воздушного транспорта. Обслуживание пассажиров водного транспорта. Обслуживание пассажиров автомобильного транспорта. Особенности организации питания и обслуживания иностранных туристов. Организация и обслуживание гостей на высшем уровне (VIP). Организация обслуживания на производственных предприятиях. Обслуживание учащихся в общеобразовательных школах, лицеях, колледжах. Обслуживание студентов высших и средних специальных учебных заведений. Особенности организации обслуживания в санаториях, пансионатах, домах отдыха. Организация диетического питания. Организация рекламной деятельности в предприятиях общественного питания.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

3.1 Практическое занятие № 1 (2 часа).

Тема: «Организация малых предприятий общественного питания»

3.1.1 Задание для работы:

1. Значение малого предпринимательства для экономики страны, пути развития малых предприятий общественного питания.
2. Формы создания собственного дела (приобретение предприятия- бизнеса и аренда).
3. Использование зарубежного опыта в организации малого бизнеса.

3.1.2 Краткое описание проводимого занятия:

Предприятие - это учреждение в форме юридического лица, которое выполняет одну или несколько специфических функций по производству и распределению товаров и услуг. Его основные черты:

организационное единство: предприятие - это организованный коллектив со своей внутренней структурой и порядком управления. Базируется на иерархическом принципе организации экономической деятельности;

определенный комплекс средств производства: предприятие имеет собственное имущество, которое самостоятельно использует в определенных целях;

предприятие предполагает единонаучалия: основывается на прямых: административных формах управления;

выступает в хозяйственном обороте от собственного имени (наименования);

оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность: предприятие само осуществляет разного рода сделки и операции, само получает прибыль или несет убытки, за счет прибыли обеспечивает стабильное финансовое положение и дальнейшее развитие производства.

Предприятие можно классифицировать по различным количественным и качественным параметрам. Основными количественными параметрами выступают численность работников и годовой оборот капитала. В соответствии с критерием численности занятых выделяют:

мелкие предприятия или малый бизнес;

средние предприятия или средний бизнес;

крупные предприятия или крупный бизнес.

Среди качественных показателей классификации предприятий можно назвать следующие:

тип собственности

а) частная

б) государственная

характер и содержание деятельности;

объем и ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции;

способы и методы ведения конкурентной борьбы;

способ вхождения в различные союзы и объединения;

организационно-правовые формы предпринимательской деятельности:

КОММЕРЧЕСКИЕ:

а) хозяйственные товарищества и общества;

б) производственные кооперативы;

в) унитарные предприятия;

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ:

а) потребительские кооперативы;

б) общественные и религиозные организации;

в) фонды;

г) учреждения;

д) ассоциации.

3.2 Практическое занятие № 2 (2 часа).

Тема: «Основы организации обслуживания. Методы и формы обслуживания»

3.2.1 Задание для работы:

1. Виды помещений для организации обслуживания потребителей.
2. Разработка стандартов приема и обслуживания потребителей в соответствии с выбранной целевой аудиторией и форматом предприятия.
3. Показатели и методы оценки качества обслуживания потребителей.

3.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

Главная задача организации обслуживания населения - это разработка и внедрение рациональных форм и методов обслуживания.

Рационально организовать процесс обслуживания, полнее удовлетворить все возрастающие потребности в услугах и одновременно улучшить использование предметов труда, его средств в процессе оказания услуг всегда непросто - для этого требуются серьезные теоретические исследования.

Поэтому как наука организация обслуживания населения изучает наиболее общие закономерности доведения услуг до потребителя, применение которых на практике позволяет находить эффективные формы деятельности трудовых коллективов предприятий сферы сервиса по более полному удовлетворению платежеспособного спроса населения на услуги с наименьшими затратами.

3.3 Практическое занятие № 3 (2 часа)

Тема: Управление издержками производства и себестоимостью продукции. Ценовая политика предприятия.

3.2.1 Задание для работы:

1. Издержки производства. Виды издержек: постоянные, переменные, валовые, средние, предельные. Структура издержек предприятия и её анализ.

2. Классификации издержек: 1) по способу отнесения затрат на единицу продукции; 2) по экономическому содержанию; 3) по элементам затрат (материальные затраты, затраты на плату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты); 4) по статьям калькуляции (сырье и материалы, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, топливо и энергия, основная заработная плата производственных рабочих, дополнительная заработная плата производственных рабочих, отчисления на социальное страхование, расходы на подготовку и освоение производства, расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, цеховые расходы, общезаводские расходы, потери от брака, внепроизводственные расходы).

3. Сущность и значение себестоимости продукции как экономической категории и ее виды. Цеховая (общехозяйственная), производственная, полная себестоимость.

4. Состав и классификация расходов на производство и реализацию продукции.

5. Структура себестоимости и факторы, ее определяющие.

6. Планирование себестоимости продукции на предприятии.

7. Управление издержками предприятия с целью их минимизации.

3.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

В качестве задания студентам предложено раскрыть вопросы практического занятия. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания. С помощью устного опроса оценить уровень усвоения студентами изученного материала.

3.2.3 Результаты и выводы:

1.1 В результате практического занятия студент усвоил сущность, виды и структуру издержек производства; классификацию затрат по элементам и статьям.

Студентами осуществлено закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у студентов умений и навыков работы с научной литературой, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

3.4. Практическое занятие № 4 (2 часа)

Тема: Управление качеством продукции предприятия (организации)
Инновационная деятельность предприятия.

3.4.1 Задание для работы:

1. Стандарты и системы качества. Экономические социальные последствия низкого уровня качества продукции.

2. Классификация показателей качества: показатели назначения, показатели надежности, показатели технологичности, показатели стандартизации и унификации, показатели эргономичности, эстетические показатели, показатели транспортабельности, патентно - правовые показатели, экологические показатели, показатели безопасности.

3. Управление качеством продукции. Конкурентоспособность продукции, ее сущность и методы определения.

4. Понятие стандартизации. Главная задача стандартизации. Основные принципы стандартизации: повторяемость, вариантность, системность, взаимозаменяемость.

Категории нормативных документов по стандартизации (ГОСТ, ОСТ, ТУ, СТП, СТО).

5. Сертификация продукции. Цели сертификации продукции и услуг. Добровольная и обязательная сертификация.

6. Законы «О защите прав потребителей», «О сертификации продукции и услуг».

3.4.2 Краткое описание проводимого занятия:

В качестве задания студентам предложено раскрыть вопросы практического занятия. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания. С помощью устного опроса оценить уровень усвоения студентами изученного материала.

3.4.3 Результаты и выводы:

1.2 В результате практического занятия студент усвоил понятие и классификацию показателей качества, понятие стандартизации и сертификации.

Студентами осуществлено закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у студентов умений и навыков работы с научной литературой, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.