

MINISTRY OF EDUCATION OF REPUBLIC OF BELARUS
BELARUSIAN STATE UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
International Management Department

ZHANG, Zhenzhen

**IMPROVEMENT OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE
COMMERCIAL COMPANY
(ON THE EXAMPLE OF HAIDILAO INTERNATIONAL HOLDING INC.)**

Master's Thesis
Speciality 1-25 80 01 Economics

Supervisor I.P. Dzeraviaha

PhD in Economics, Associate Professor

Allowed to be defended
« » 2021 y.
Head of the Department

E.M. Karpenka
Doctor Professor

Minsk, 2021

ABSTRACT

Master's thesis 71 p., 18 fig., 17 table., 65 sources.

PRODUCTION COMPANY, PROMOTION, TECHNOLOGY TRANSFER, MANAGEMENT SYSTEM.

The object of the study is the company "Haidilao" LLC.

The subject of the study is the management system of a production company.

The master's thesis consists of an introduction, four chapters, a conclusion and a list of sources used.

- the theoretical foundations of the organization and management of restaurant services are considered, in particular, the features of market development, the principles of organization and management of restaurant services.

- the methodology of organization and management of restaurant service is investigated.

- conducted a study of the analytical aspects of the organization and management of restaurant services, identified trends in the development of public catering in Jianyang,

- describe the organizational and economic structure of the company, evaluate the financial and economic activities of the organization;

- we reviewed the organization and management of restaurant service of "Haidilao" LLC.

Research methods: descriptive-analytical, comparative-comparative, statistical, formant, contextual analysis method.

Elements of novelty: The peculiarities of the development of the market of public catering enterprises are associated with high competition, constant changes and the introduction of new concepts and approaches in customer service. The main feature of this industry is the constant adaptation to the consumer and its study. Creating a portrait of an existing and potential customer helps the company to create a better service, as well as to create an image, branding and positioning itself in the market.

Creating a favorable atmosphere, maintaining the quality of products and services at a high level, meeting their state standards and other regulatory documents, working to constantly establish and improve the dialogue between business and consumers, creating feedback is a priority for the development of the market of public catering enterprises.

Implementation results: the development was used in the educational process at the Department of Marketing of the Higher Educational Institution " VSU named after P. M. Masherov "(if there is a certificate of implementation).

Theoretical and practical significance: the work helps to solve a number of difficulties in comparing marketing systems of languages, as well as problems of a marketing nature.

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация 68 с., 7 рис., 6 табл., 65 источников.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ПЕРЕДАЧА ТЕХНОЛОГИЙ, СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ.

Объектом исследования является компания ООО «Хайдилао».

Предметом исследования является система управления производственной компанией.

Магистерская диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

- рассматриваются теоретические основы организации и управления ресторанными услугами, в частности, особенности развития рынка, принципы организации и управления ресторанными услугами.

- исследуется методология организации и управления ресторанным обслуживанием.

- провели исследование аналитических аспектов организации и управления ресторанным обслуживанием, выявили тенденции развития общественного питания в Цзяньяне,

- охарактеризовали организационно-экономическую структуру компании, оценили финансово-хозяйственную деятельность организации;

- рассмотрели организацию и управление ресторанным обслуживанием ООО «Хайдилао».

Методы исследования: описательно-аналитический, сравнительно-сопоставительный, статистический, формантный, метод контекстного анализа.

Элементы новизны: Особенности развития рынка предприятий общественного питания связаны с высокой конкуренцией, постоянными изменениями и внедрением новых концепций и подходов в обслуживании клиентов. Главной особенностью этой отрасли является постоянная адаптация к потребителю и его изучение. Создание портрета существующего и потенциального клиента помогает компании в создании лучшего сервиса, а также в создании имиджа, брендинга и позиционировании себя на рынке.

Создание благоприятной атмосферы, поддержание качества продукции и услуг на высоком уровне, соответствие их государственным стандартам и другим нормативным документам, работа по постоянному налаживанию и совершенствованию диалога между бизнесом и потребителями, создание обратной связи является приоритетным направлением развития рынка предприятий общественного питания.

Результаты внедрения: разработка использовалась в учебном процессе на кафедре маркетинга Высшего учебного заведения " ВГУ им. П. М. Машерова "(при наличии сертификата о внедрении).

Теоретическая и практическая значимость: работа помогает решить ряд трудностей при сравнении маркетинговых систем языков, а также проблемы маркетингового характера.