

Министерство образования и науки РФ
ФГБОУ ВПО Кемеровский технологический институт
пищевой промышленности
Среднетехнический факультет

Конспект лекций по дисциплине

«Ресторанное дело»

для всех форм обучения

специальности 100106 «Организация обслуживания
в общественном питании»
направления 100100 «Сервис»

Разработал преподаватель кафедры «ТПОП»
_____ Соляник Н.С.

Утверждено на заседании кафедры «ТПОП»
Протокол № ___ от __ _____ 2011 г.

Зав.кафедрой _____ Соляник Н.С.

Кемерово 2011 г.

Введение	3
1 Общая характеристика ресторанного бизнеса	4
2 Ресторанный бизнес и его развитие	6
3 Услуги предоставляемые рестораном	9
4 Формы и методы обслуживания	11
5 Назначение и правила составления меню	12
6 Карта вин ресторана	15
7 Карта коктейлей	16
8 Карта вин	17
9 Организация производственной и торговой деятельности ресторанов	19
10 Организация работы производственных цехов	20
11 Принципы функционирования ресторанов	23
12 Современные направления в проектировании и технической организации помещенийdemo	24
13 Взаимоотношение ресторанов и поставщиков	29
14 Современные направления в проектировании и технической организации производственных.....demo	32
15 Понятие проекта. Составляющие проекта	35
16 Оборудование, мебель торгового зала ресторана	41
17 Разработка концепции ресторана	45
18 Управление персоналом	50
19 Требования к персоналу	51

20	Тренинг в ресторанном бизнесе	52
21	Изучение спроса населения	56
22	Реклама	57
23	Продвижение ресторана на рынке услуг	59
	Список литературы	63
	Содержание	

Введение

Ресторанный бизнес отличается от всех остальных видов бизнеса. Это предприятие, которое объединяет в себе искусство и традиции, механизмы деятельности и опыт маркетологов, философию обслуживания и концепцию формирования потенц.....demo

Из года в год ресторанный бизнес стремительно развивается. Идет серьезная конкурентная борьба за посетителей. Именно этот фактор заставляет топ-менеджеров продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности ресторана, но и детали, придающие заведению уникальность.....demo

Рестораны играют довольно важную роль в жизни человека. Кроме удовлетворения физиологических нужд в питании, «выход» в ресторан несет важную социал.....demo

Человеку нужно не только поесть, но и пообщаться. Рестораны – это одни из немногих мест, где работают все органы чувств, которые генерируют общее

чувство удовлетворения. Вкус, зрение, обоняние, тактильные ощущения объединяются в оценке кушаний, обслуживания и а.....demo

Эффективная работа ресторана зависит от нескольких факторов. Как и любая сложная система, ресторан начинается с замысла его основателей и заканчивается контролем функционирования.....demo

Главную роль в этом выполняет практическая философия его владельца и / или директора. Ее раскрывает подход к ведению бизнеса, который определяет этические и моральные ценности, что реализуются в процессе функционирования предприятия. Главная идея основателей ресторана определяет его кредо, и призвана максимально удовл.....demo

1 Общая характеристика ресторанного бизнеса

Ресторан (от фр. *restaureur*, восстановить, крепить) – заведение, которое продает готовую еду и напитки по заказу для употребления в п.....demo

Ресторанный бизнес – предпринимательская деятельность за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, в области рест.....demo

Как и любой другой бизнес, ресторанный требует составления бизнес-плана, менеджмента, маркетинговых исследований и разработки собствен.....demo

Учитывая потенциальных посетителей, разрабатывается профиль ресторана. Профиль ресторана определяется его концепцией, которая характеризует его имидж, связанный с определенным рыночным сегментом: повседневный, детский, этнический и т.п. Концепция должна отвечать особенностям определенной местности, которая определяет оформление учреж.....demo

Конечно, для успешного функционирования ресторанного учреждения важно качество кушаний, меню, уровень обслуживания, цена, атмосфера, менеджмент, но наиболее значимым является местоположение. Среди главных критериев, по которым избирается место для ресторана, можно указатьdemo

- демография – сколько людей проживает, или приезжает в данной местности (микрорайона, который находится в радиусе обслуживания.....demo

- средний уровень доходов такого населения;
- является ли данная местность районом развивающимся, или, наоборот, находится в упадке, влияющем на ее инфраструктурное обеспечение (канализация, др.....demo

- удобство и доступность с точки зрения транспортного соединения и возможностиdemo

- броскость – легко ли увидеть и отличить ресторан среди других подобных учр....demo

- привлекательность – насколько гостеприимным будет казаться учреждение для прохожих и пр.....demo

- расположение – насколько приятными кажутся окружающие

сооружения.

Единой, принятой во всем мире классификации ресторанов не существует. В Великобритании, например, как и относительно отелей, выделяют 5 уровней. Вместо звезд используют знак: «скрещенные нож и вилка». По установленным требованиям оцениваются комфорт, удобство, кухня, обслуживание и атмосфера. Скромно оформленный ресторан с любезным персоналом может рассчитывать на одно отличие, а ресторан международного класса, который выполняет множество требований, получит 5 отличий. Рестораны, как и отели, проверяются анонимно. За включение в каталог или справочник-путеводитель плата с владельцев не берется. Важна.....demo

В других странах подходы отличаются. Однако, большинство экспертов согласно с тем, что подавляющая часть ресторанов относится к одной из двух категорий: полносервисные и специализированные. Среди других категорий можно назвать рестораны быстрого обслуживания, рестораны, которые специализируются на обедах, рестораны для особых событий, повседневн.....demo

Полносервисными ресторанами называются те, где представлен широкий выбор кушаний (как минимум 15), почти все, что подается к столу (вплоть до свежей зелени), выращивается при самом ресторанном учреждении. Полносервисные рестораны могут быть формальными и неформальными, их можно классифицировать по ценам, атмосфере и меню,.....demo

Кушанья, которые готовятся в большинстве таких ресторанов, попадают в разряд haute cuisine – высокой кухни. Чаще всего там процветают традиции французской или итальянской кулинарии, которые по мнению западных гурманов являютсяdemo

Большинство полносервисных ресторанов находится в частном владении. Их выделяет атмосфера роскоши, изысканное и фешенебельное оформления, высокий уровень качества услуг. Иногда они приу.....demo

Специализация ресторанов может быть очень разнообразной: быстрое обслуживание, семейные, повседневные и другие. Рестораны могут специализироваться и на приготовлении национальных кушаний, завтрако.....demo

Рестораны быстрого обслуживания предлагают меню, которое ограничивается гамбургерами, жареным картофелем, хот-догами, цыплятами, разными рыбными и национальными кушаньями типа мексиканского тако, итальянской пиццы, украинских вареников и т.п. Стандартизация меню разрешает значительно ускорить обслуживание. Во многих из них посетители даже самые накладывают еду и убирают посуду, что разрешает снизить себестоимость кушаний. Как правило, ресторан быстрого обслуживания специализируется на приготовлении одного главного кушанья. При этом он принадлежит к той или и.....demo

Семейные рестораны – это современный вариант стилизации под старинную кофейню. Большинство учреждений такого типа находится в частном владении. Располагаются они, как правило, в престижных предместьях, зонах проведения свободного времени семей, в зонах прогулок по городу или в

живописной местности. Оформление интерьера, как и меню – простые. В некоторых из них можно заказать напитки – пиво, вино или коктейль. В дверях посетителей, иногда, встречает хозяйка (она же, как правило, кассир), проводит их к столику, потом официанты принимают заказ. Иногда в таких ресторанахdemo

Рестораны национальной кухни (в Америке их называют этническими) по типу собственности чаще всего являются независимыми, их владельцы стараются предложить что-то «острое» местным жителям и гостям, а представителям национальной диаспоры – на.....demo

Тематические рестораны посвящаются определенной теме: Дикий Запад, футбол, рок-н-ролл. Чаще всего, они предлагают ограниченный выбор кушаний, ведь их главная задача – создать расположениеdemo

Структурные подразделения отеля, которые называют комплексом питания, включают в себя несколько отделов (секций): кухня, буфет, залы для фуршетов, ресторан, обслуживание номеров, мини-бары, комнаты отдыха, бары, секции уборк.....demo

Кухней, в соответствии с политикой компании, управляет шеф-повар. На него полагается задача не только удовлетворить, но и превзойти ожидание клиентов, достичь определенных финансов.....demo

При отеле может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного, да и по типам они также могут отличаться. В больших отелях, которые входят в известные гостиничные сети, как правило, два ресторана – фешенебельный, фирменный и небольшой, типа кафе (чаще всего для завтраков). Они обслуживают как клиентов отеля, так и ш.....demo

В сравнении с другими, большинство ресторанов при отелях отличаются большей оригинальностью. Квалификация поваров и обслуживающего персонала в таких ресторанах выше, им сложнее, чем независимым ресторанам, работать с прибылью. Как правило, они открыты с утра до поздней ночи, но довольно часто для обеда и ужина гости отеля отдают предпочтение посещению н.....demo

Гостиничный бар – место, которое идеально подходит для общения – делового и дружеского. Отель также получает преимущество: продажа напитков дает значительно больше прибыли, чем реализация пищевых продуктов. Гостиничные бары страдают от тех самых проблем, что и другие. Наибольшие проблемы связаны с прямой обязанностью – продавать алкогольные напитки, поскольку в современных условиях этот вид деятельности должен быть об.....demo

Большие отели обычно имеют несколько баров разного типа. В последнее время появляются новые типы: ночные, спортивные бары, каждый из которых может дополнять спектр услуг отеля. Современным признаком функционирования больших отелей является организация проведения на их базе разных мероприятий. В наши дни массовые мероприятия, которые сопровождаются принятием пищи. Для их проведения используются как специализированные (ресторанные залы, бары, залы для фуршетов) так и общие помещенияdemo

2 Ресторанный бизнес и его развитие

В "Кентерберийских рассказах" английского поэта Джеффри Чосера паломники XIV века останавливались перекусить в харчевне "Табард-Инн". Поест в пути в те времена было сложно. Зачастую приходилось брать с собой еду из дома или покупать продукты у местных фермеров. Солёная свинина была наиболее распространенной походной пищей. В Европе тогда ещё не было чая, кофе, шоколада или жареных орешков, и только через 300 лет французский король Людовик XIV впервые отведал картофель (у которого съедобными в то время считали только вершки), тяжело вздохнув: "Опять какая-то гадость из Америки!".

К счастью, чосеровские паломники направлялись в Кентербери, куда, как и в другие религиозные центры континента вроде Сантьяго де Компостела или Лурда, ежегодно стекались тысячи людей. Больше всего это напоминало паломничество в Мекку. Фактически, это были тогдашние туристы, которые двигались по определенным маршрутам. И естественно, что все постоялые дворы по пути их следования стремились побольше заработать на кормежке этих людей. В чосеровской харчевне "Табард-Инн" паломникам везло вдвойне. Тому, кто расскажет самую интересную историю, хозяин предлагал бесплатную еду. Уж не является ли это первым отмеченным в истории примером "ресторанного бизнеса" с использованием хитроумной уловки для расширения дела?

В средние века путешественников подстерегали многочисленные опасности. Было совсем нелёгким делом найти пристанище и еду до наступления ночи и не подвергнуться нападению разбойников. Ограбления на дорогах были весьма частым явлением. Однако современные туристы могут утверждать, что в некотором смысле с тех пор мало что изменилось.

В европейской и британской литературе до середины XVIII века практически не упоминалось, каким образом питались персонажи. Разумеется, были таверны, в которых Фальстафф и его собутыльники могли подкрепиться дешевой пищей не слишком изысканных вкусовых качеств и выпить испанского красного вина. В шекспировском театре "Глобус" можно было воспользоваться услугой предприимчивого Нелла Гу-иннза и купить поштучно апельсины из его корзины. В то же время для представителей среднего класса в крупных городах Великобритании и континентальной Европы открывались клубы и кофейни. Богатые предпочитали питаться дома, составляя меню по собственному вкусу. Даже в римских виллах в глубине континента можно было при желании получить на обед устриц, доставленных с побережья в экипажах с частой сменой лошадей. Но при этом не было ни одного заведения, в котором можно было бы за несколько монет зайти переодеться, заказать редкое блюдо из словьиных язычков и воспользоваться "вомиториумом". ("Вомиторий" - это вовсе не то место, где полностью насытившийся человек мог опорожнить свой желудок от съеденного, чтобы продолжать трапезу, как мог подумать читатель. Такого помещения в римских виллах предусмотрено не было. "Вомиторий" представлял собою просто выход, скажем, из театрального зала или с арены цирка. Единственным приспособлением для опорожнения желудка были железные поручни, установленные на высоте плеч, в мужских туалетах в старинных жилищах

германцев).

Но даже для богатых еда носила сезонный характер. Историки медицины считают, что кровоточащие десна и другие симптомы, часто наблюдавшиеся у людей в средние века в конце зимы, были, по-видимому, признаками начала цинги. Ведь до поздней весны в продаже не имелось никаких фруктов, богатых витамином С. Сложно обстояло дело и с хранением еды. Продукты должны были поставляться свежими и быстро использоваться - это превращало ресторанный бизнес в дорогостоящее и весьма рискованное предприятие.

В 1795 году Франсуа Аппером была изобретена высокотемпературная стерилизация продуктов, что позволило их консервировать. Хотя пищевые консервы и использовались во время наполеоновских войн, до середины XIX века они были очень дорогими и потому недоступными для широких масс. При римском и китайском императорских домах для хранения продуктов широко применялся лед, причем в Европу и Америку его привозили из Арктики, что было весьма дорогим удовольствием. Зимой его хранили в подвалах, используя как предмет большой роскоши вплоть до изобретения паровых холодильников в конце XIX века. Это привело к зарождению мясоперерабатывающей промышленности в Новой Зеландии и Австралии.

В 1913 году в Чикаго был изобретен электрический холодильник, а в 1927 году в результате усовершенствования британской фирмой "Электрлюкс" он стал бесшумным. В 1929 году Кларенс Бердзай разработал глубокую заморозку продуктов питания, а в начале 1930-х годов замороженные продукты появились на прилавках многочисленных продовольственных магазинов на Западе. Любопытно заметить, что первой из замороженных овощей была спаржа. Набор кулинарных рецептов различных блюд в ходе истории непрерывно пополнялся. По сохранившимся до наших дней останкам древних воинов можно узнать о преобладании в их рационе каши. Когда-нибудь можно будет написать целое исследование о влиянии протеинов в пище людей на развитие технической мысли. Время от времени в истории возникали решающие стечения обстоятельств, когда, например, люди стали понимать, что поджаренное мясо вкуснее и легче жуется, чем сырое, а зерно, обработанное горячей водой, легче переваривается в желудке. Позднее люди дошли до таких кулинарных шедевров, как персики мельба или цыпленок маренго.

В X веке раскармливали страсбургских уток, чтобы увеличить тем самым размер их печени и изготовить паштет; торговля специями с Востока всегда была успешной; а при дворе Людовика XIV просто сходили с ума, когда появился горох из Италии.

К концу XVIII века в ходе промышленной революции люди стали гораздо чаще переезжать с места на место, и сформировался средний класс, существование которого необходимо для каждого успешно действующего ресторатора. Постепенно равновесие спроса и предложения привело к формированию современного ресторанного бизнеса.

К 1776 году в ряде крупных городов США родились рестораны, имевшие шумный успех. Заведения "Буллз Хед", "Фронсез Тэверн", "У мистера Литтла" и пр. были своего рода визитными карточками Нью-Йорка. В этих ресторанах

проводились банкеты с наборами дорогих блюд, но в обычные дни там подавали, как правило, говядину, ветчину и овощи.

Ко времени Великой французской революции рестораны в Париже были уже самым обычным явлением. В 1814 году союзные армии англичан, бельгийцев, голландцев, испанцев, пруссаков, русских и австрийцев, разгромив Наполеона, вошли в этот город. В популярной в те времена песне были слова: "Не удержишь их на ферме, они видели Париж". В Париже проводили свободное время представители всех чинов и сословий. И те счастливы, которым выплачивали зарплату, могли там же потратить свои деньги. Семьи офицеров оккупационных армий союзников подолгу гостили во французской столице. Прошло время, и войска увезли домой воспоминания о Париже, распространяя их по всему миру. Сельскохозяйственное общество всё больше становилось промышленным. И всё большее число людей начинало нуждаться в приеме пищи за пределами своего дома. Но, тем не менее, рост ресторанного дела осуществлялся весьма медленно. Тогда, как и теперь, приглашение гостя или любовная измена обеспечивали рестораны постоянной клиентурой (обычно из богатых или вновь разбогатевших людей). К 1820-м годам путники, случайно забредшие в ресторан гостиницы "Стивенс Хотел" в Лондоне, обслуживались медленно и нелюбезно. У Крокфорда имелся игорный клуб, где терялись и приобретались состояния, и почти круглосуточно обслуживались посетители под руководством известного метрдотеля по имени Удо. И хотя там не было особенных разносолов, но при желании можно было потратить порядка десяти фунтов за зеленым сукном игрального стола.

Взаимное общение, которое было привилегией богачей, приходилось в основном на ночные часы. В 1821 году в Лондоне лорд Олвенли каждый день мог наслаждаться абрикосовым тортом, в то время как месячное жалованье его прислуги не превышало стоимости всего одной бутылки шампанского. А в меню принца-регента, проводившего приемы гостей в "Брайтон павилион", было множество очень редких блюд, являющихся творениями метра Антонина Карема, которые могли оценить лишь любители. Хотя принц-регент таковым не был, но, тем не менее, и он любил наслаждаться ими.

С течением времени ресторанный бизнес рос и расцветал. Поездки по всей Европе становились всё более частыми. К примеру, в 1880 году Ч. Диккенз, обращаясь к другу, жаловался на качество бутербродов, подаваемых в железнодорожном буфете. В 1908 году Эдит Уортон описывала ресторанное обслуживание в одном из своих любовных писем: "Последнее блюдо на обеде было подано с соответствующей торжественностью... наш первый обед у Дюваля... наш официант у Монморенси..." и так далее.

Во Франции гастрономическое искусство является настоящей национальной гордостью. Оно было и осталось основным компонентом торговли в целом, причем многие ресторанные традиции родились именно там, хотя италюфилы пытаются утверждать, что французы всего лишь позаимствовали у итальянцев все свои идеи! В это же время рестораны стали обычным явлением и в США, но только в больших городах.

Сегодня практически любой ресторан готов доставить клиенту на дом или

в офис заказанное блюдо. Но организовать полноценное выездное обслуживание по силам только специалистам. Настоящих кейтеринговых фирм, специализирующихся на корпоративных мероприятиях, кофе-брейках или фуршетах и берущих на себя полное обслуживание участников семинаров и конференций, не так уж и много.

3 Услуги предоставляемые рестораном

Услуги общественного питания — результат деятельности предприятий по удовлетворению потребностей посетителя в питании и проведении досуга. Услуги общественного питания имеют свою классификацию, общие требования к качеству услуг и обязательные требования по безопасности услуг.

Классификация услуг. В сфере общественного питания предусматривается предоставление потребителям предприятий различных типов и классов следующих услуг:

- питание;
- изготовление кулинарной и кондитерской продукции;
- организация потребления и обслуживания;
- реализация кулинарной продукции;
- организация досуга;
- информационно-консультативные и прочие услуги.

Услуги питания — услуги по изготовлению кулинарной продукции и созданию условий для ее реализации и потребления. Уровень этих услуг зависит от типа и класса предприятия.

Услуги по изготовлению кулинарной и кондитерской продукции — изготовление данной продукции по заказам потребителя, в том числе в сложном и дополнительном оформлении; изготовление блюд из сырья заказчика; услуги повара или кондитера по изготовлению блюд, кулинарных и кондитерских изделий на дому.

Услуги по организации потребления и обслуживания — услуги по организации и обслуживанию юбилеев, свадеб, торжеств, организация питания и обслуживания участников совещаний, семинаров, конференций, культурно-массовых мероприятий в зонах отдыха и т.п. Это также доставка продукции по заказу потребителя, в том числе в банкетном исполнении; услуги официанта и бармена по обслуживанию на дому. К этому же виду услуг относятся бронирование мест в зале, продажа абонементов и талонов на обслуживание скомплектованными рационами.

Услуги по реализации кулинарной продукции — реализация кулинарной и кондитерской продукции через магазины и отделы кулинарии, реализация вне предприятия, отпуск обедов на дом.

Услуги по организации досуга — организация музыкального обслуживания, проведение концертов, видеопрограмм, шоу-программ, предоставление газет, журналов, игровых автоматов, бильярда.

Информационно-консультативные услуги — консультации специалистов по приготовлению блюд и сервировке стола, а в диетических столовых — консультации диетсестры по видам диет и их применению. В этот вид услуг входит и организация обучения кулинарному мастерству.

Прочие услуги включают в себя прокат столового белья и посуды, приборов и инвентаря; упаковку блюд, оставшихся после обслуживания, и кулинарных изделий. Кроме того, возможны услуги по предоставлению связи, вызову такси, хранению личных вещей, услуги по парковке личных машин на стоянке предприятия. В зависимости от типа, класса и специфики предприятия перечень услуг может быть значительно расширен.

Общие требования к качеству услуг предприятий общественного питания. Эти требования включают в себя несколько позиций. Услуги должны соответствовать целевому назначению, точно и своевременно предоставляться; должны быть безопасными и экологичными, эргономичными и комфортными, эстетичными. Должна поддерживаться высокая культура обслуживания, социальная адресность и информативность.

Требования к безопасности услуг.demo

- услуги предприятий общественного питания должны быть безопасны для жизни и здоровья потребителей. При этом должны обеспечиваться сохранность их имущества и выполняться требования по охране о.....demo
- сырье и товары, используемые для производства кулинарной продукции, условия ее производства, хранения, реализации и организации потребления должны отвечать требованиям соответствующей нормативно-технической документации и санитарно-гигиеническим, микробиологич.....demo
- логическим показателям, утвержденным Минздравсоцразвития России;
- условия обслуживания должны соответствовать требованиям по уровню шума, вибрации, освещенности, состоянию ми.....demo
- все оборудование, инвентарь, посуда должны быть изготовлены из материалов, допущенных Минздравсоцразвития России для контактов с пищевым.....demo
- персонал предприятий общественного питания должен иметь специальную подготовку и обеспечивать соблюдение санитарных требований и правил личной гигиены при производстве, хранении, реализации и организации потребления кули.....demo

4 Формы и методы обслуживания

Метод обслуживания потребителей — способ реализации потребителям продукции общественного питания. На предприятиях общественного питания применяются такие методы обслуживания, как самообслуживание, обслуживание официантами и барменами, и ком.....demo

Самообслуживание применяется в столовых и закусочных. В этом случае потребитель сам получает блюда, доставляет их к столу и убирает за собой использо.....demo

Для ускорения обслуживания применяется метод частичного

(самообслуживания, при котором возможно предварительное накрытие столов. Этот метод часто применяется в столовых при учебных заведениях. На столы ставят супницы, из которых потребитель сам наливает суп, а использованную пос.....demo

По способу расчета самообслуживание бывает с предварительной оплатой, с последующей оплатой, с оплатой после п.....demo

При самообслуживании с предварительной оплатой потребитель, ознакомившись с меню, выбирает и оплачивает понравившееся блюдо через кассу. Пробив чеки, получает по ним бл.....demo

При самообслуживании с последующей оплатой потребитель выбирает блюда на раздаче и оплачивает их в кассе, расположенной в конце раздаточной линии. Этот способ расчета ускоряет процесс обслуживания. Кроме того, потребитель видит блюдо, котор.....demo

В барах применяется самообслуживание с непосредственным расчетом, при котором потребитель выбирает блюдо, получает сам и оплачивает. Все эти операции выполняет один работник —бармен. Этот способ также возможен при обслуживании в буф.....demo

При самообслуживании с оплатой после приема пищи потребитель действует, как и при самообслуживании с последующей оплатой, с той лишь разницей, что чек, полученный в кассе, оплачивается при.....demo

Обслуживание официантами и барменами применяется в барах, ресторанах и кафе. Обслуживание официантами используется на тех предприятиях, где реализуются не только услуги питания, но и организуется о.....demo

При комбинированном методе обслуживания сочетаются два метода — самообслуживание и обслуживание официантами.....demo может днем работать по методу самообслуживания, а вечером использовать обслуживание оф.....demo

В зависимости от класса к ресторану предъявляются определенные требования по методам обслуживания. В ресторанах класса люкс и высшего класса допускается обслуживание только теми официантами, барменами, метрдотелями, которые имеют специальное образование и прошли профессиональную подготовку. В барах класса люкс и высшего класса допускается обслужив.....demo

В ресторанах первого класса при гостиницах, аэропортах, крупных универмагах, а также в кафе допускается самооб.....demo

Форма обслуживания потребителей — организационный прием, который состоит из разновидностей или сочетания методов обслуживания. Формы обслуживания — это, например, «шведский стол» или отпуск скомпле.....demo

5 Назначение и правила составления меню

Меню — это перечень расположенных в определенном порядке блюд, напитков, кондитерских изделий с указанием цены и выхода блюд, реализуемых на предприятии в.....demo

Меню является визитной карточкой предприятия, особенно ресторана.

Красиво оформленное меню создает первое впечатление, способствует контакту персонала с потребителем, от него зависят внутренний настрой гостя и восприятие общей атмосферы. Поэтому меню должно быть выполнено удобочитаемым шрифтомdemo

При оформлении меню следует учитывать концепцию предприятия, соотносить его оформление с интерьером и сервировкой. Для рекламы и популяризации блюда в меню под его названием можно дать небольшую аннотацию, в которой приводятся состав блюда и способ его приготовления, и фотографию. Это поможет уве.....demo

Меню — инструмент ресторанной политики, позволяющий определить наиболее популярные блюда и блюда, не пользующиеся спросом. Непопулярные блюда должны быть заменены с учетом потребителес.....demo

В составлении меню принимает участие заведующий производством, а в ресторанах — и метрдотель. Стоимость блюд рассчитывается бухгалтером-калькулятором, на последнем этапе утверждается директором предприятия. При составлении меню необходимо следовать определенным условиям, позволяющим сделать его привлекательным для потребителей и выго.....demo

- давать блюда, напитки, кондитерские изделия в ассортименте, определяемом с возможностями производства, квалификацией персонала, трудоемкостью блюд и специализации.....demo

- учитывать состав и количество сырья на складе;

- принимать во внимание сезон (время года);

- разнообразить блюда по видам сырья и способу кулинарной обработки;

- располагать блюда в зависимости от состава тепловой обработки: припущенные, отварные, жареные, тушеные,demo

- располагать блюда в зависимости от вкусовых ощущений: от блюд с диетическим вкусом к бол.....demo

- учитывать соответствие гарнира основному продукту;

- принимать во внимание национальные, религиозные или возрастные особенности потенциальных пот.....demo

- учитывать режим работы предприятия;

- соблюдать строгий порядок расположения блюд с учетом последовательности их подачи.

- блюда, указанные в меню, должны быть в наличии в течение всего времени работы пре.....demo

В конечном итоге именно правильно составленное меню позволяет увеличить прибыль р.....demo

Последовательность расположения блюд в меню

1. Фирменные закуски, блюда и напитки.

2. Холодные закуски:

- Икра зернистая осетровая и лососевых рыб, икра паюсная;
- Рыба малосольная;
- Рыба отварная, заливная, фаршированная;
- Рыба под маринадом, под майонезом;

- Рыба холодного и горячего копчений и закусочные рыбные консервы;
 - Сельдь натуральная с гарниром, сельдь рубленая;
 - Нерыбные морепродукты;
 - Свежие овощи натуральные;
 - Рыбные и мясные салаты, винегреты;
 - Мясо отварное, заливное, фаршированное и шпигованное, жареное;
 - Мясная гастрономия (колбасы, копчености, консервы);
 - Закуски из птицы, дичи;
 - Закуски из овощей и грибов;
 - Изделия из молока и кисломолочных продуктов (сыры, масло);
3. Горячие закуски:
- Рыбные и из других морепродуктов;
 - Мясные, из субпродуктов, из птицы и дичи;
 - Овощные и грибные;
 - Яичные и мучные.
4. Супы:
- Прозрачные, пюреобразные (рыбные, мясные, овощные, грибные, бобовые, кр....demo
 - Заправочные (щи, борщи, рассольники, овощи, с макаронными изделиями....demo
 - Молочные, холодные, сладкие.
5. Основные горячие блюда:
- Рыба отварная и припущенная;
 - Рыба жареная, тушёная и запечёная;
 - Блюда из рыбной котлетной массы;
 - Мясо отварное и припущенное;
 - Мясо жареное, в соусе, тушёное, запечённое;
 - Блюда из рубленого мяса и котлетной массы;
 - Субпродукты жареные и тушёные;
 - Птица и дичь отварная и припущенная;
 - Птица и дичь жареная, тушёная, запечённая;
 - Птица и дичь фаршированная;
 - Блюда из рубленой птицы;
 - Блюда из овощей и грибов (отварных, жареных, тушёных, запечёных);
 - Блюда из круп, бобовых, макаронных изделий, мучные;
 - Блюда из яиц и творога.
6. Сладкие блюда – десерты:
- Горячие (суфле, пудинги, запеканки и др.)
 - Холодные (компоты, кисели, кремы, желированные блюда и др.);
 - Замороженные (парфе, мороженое, пломбир и др.);
 - Фрукты и ягоды натуральные, в стропе.
7. Горячие напитки:
- Чай;

- Кофе;
 - Какао;
 - Шоколад.
8. Холодные напитки и свежеприготовленные соки.
9. Мучные кондитерские изделия:
- Пирожные в ассортименте;
 - Торты;
 - Кексы,
 - Пирожки, пироги и др.
10. Хлеб.

6 Карта вин ресторана

Карта вин содержит информацию обо всех винах, предлагаемых предприятием. Необходимость такой информации вызвана тем, что посетителю бывает трудно разобраться в большом ассортименте вин и другой алкогольной продукции и сделать правильный выбор вина в соответствии с.....demo

Составлением карты вин на предприятии занимается сомелье (sommelier). Официальное определение сомелье – это служащий ресторана, отвечающий за закупку, подбор и подачу напитков клиентам. Сомелье – единственный сотрудник ресторана, которому вменяется в обязанность дегустировать ви.....demo

Если предприятие предлагает посетителям обслуживание вне зала, составляется отдельная карта вин, отличная от традиционной (предлага.....demo

Карта вин может включать следующую информацию:
название вина (апелласьон). Для ресторанов класса «люкс» дополнительно включают название на языке страны - производителя вина и на тех же языках, которые дают название блюд в меню – английском, француз.....demo

страна – производитель;

год производства;

содержание сахара и алкоголя (для белых вин);

содержание алкоголя и танина (для красных вин);

перечень блюд, к которым идеально подходит и с которыми хорошо сочетается....demo

температура подачи;

цена за 100 граммов;

емкость бутылки с вином;

цена за бутылку вина.

Карта вин оформляется типографским способом. На ее обложке может быть изображена эмблема предприятия, фотографии местности произрастания винограда, образ.....demo

Ассортимент вин в карте может меняться в зависимости от типа предприятия, его класса, специализации, пожеланий посети.....demo

Распространенные ошибки при составлении карты вин, которые говорят о невысоком уровне з.....demo

- неверное деление на разделы:

не выделены аперитивы и диджестивы;

вина разных стран и провинций не собраны в отдельные группы;

вина не разделены по цвету;

крепкие напитки различных типов не раздел.....demo

- неверный порядок следования:

аперитивы следуют за основной группой вин;

белые вина следуют после красных;

нарушен алфавитный порядок следования вин из различных районов, мест производства, стран;

в винной карте отсутствует нумерация.....demo

- неверный подбор информации о напитках и винах:

не указано точное название вина по происхождению;

не указан производитель вина;

имеются ошибки в тексте и в написании.....demo

7 Карта коктейлей

Карта коктейлей ресторана начинается с предложения коктейлей-аперитивов, открывающих трапезу и способствующих возбуждению аппетита. Это классические коктейли на основе джина, виски, рома и ароматизированных вин. Затем в карту включают напитки дня, фирменные коктейли, специальные предложения для дам или «подарок от сомелье».

Сомелье — сотрудник бара высшей категории, прекрасно разбирающийся в химии и технологии виноделия, барном деле. От его таланта и старания зависит прибыль бара. Объявление какого-либо коктейля напитком дня позволяет привлечь интерес посетителей.

Подача напитков осуществляется в следующей последовательности: коктейль дня, фирменные коктейли бара, аперитивы,demo

В карте бара содержится информация об объеме порций коктейлей и о цене. Если выбор коктейлей достаточно велик (обычно дюжина), то рекомендуется завести отдельную карту.

Коктейль-аперитив, подаренный рестораном гостю, не только обеспечит всем присутствующим в зале приятное настроение, но и поднимет аппетит.

После указанных предложений в конец карты включаются «долгие» смешанные напитки, затем коктейли-диджестивы, способствующие пищеварению, и горячие смешанные напитки hot drinks [хот дринкс], завершающие трапезу.

Меню, карту вин и коктейлей обязательно подписывают директор, Г.....demo

В карте коктейлей названия напитков указываются сначала на русском языке, затем на иностранном, например, английском языке. Название компонентов указывают на русском языке и языке оригинала в соответствии с

этикеткой на бутылке. Для наглядности и красочности в карте коктейлей можно разместить фотографии фирменных коктейлей. Оформление карты должно включать фирменный знак или эмблему (если она есть). Перечень напитков печатают на плотной бумаге на русском языке, при обслуживании иностранных туристов – на английском, немецком или французском. Все перечисленные в ресторане напитки должны быть в наличии. Цены проставляются в рублях (не допустимо указывать их в долларах или евро). Рисунок шрифта должен быть четким и ясным. В карте не допускаются любые ошибки: как смыс.....demo

Правила составления карты коктейлей

Первое — и самое главное, о чем необходимо помнить — *себестоимость коктейля*. От составителя барной карты требуется четкое понимание, сколько будет стоить напиток. Наиболее распространенная ошибка — ввести в карту пять коктейлей с пятью абсолютно разными ингредиентами. Это не будет работать. Возьмите за правило иметь один общий ингредиент хотя бы для двух коктейлей. К примеру, пусть основой для группы коктейлей будет ром Bacardi. А вариативность вкусовой гаммы вы сможете получить за счет использования ингредиентов, отвечающих за *базовые с точки зрения физиологии вкусы: кислое, сладкое, горькое*.

Обязательно нужно иметь кислый ингредиент — лимон или лайм. Обязательно понадобится сахар – может, это будет обычный белый или тростниковый, или же сироп, гренадин. За горечь отвечают биттеры — они создают отличное послевкусие и насыщенное ощущение во рту. Правильно использованный биттер может превратить ваш напиток в шедевр.

Лед в коктейлях — это жар вашей пищи. Чтобы напиток получился, *лед должен быть идеального качества*.

Все это — основа ресторана. Дальше вы можете фантазировать: добавлять фрукты, ликеры, играть с размером льда.

Отдельно стоит подумать об украшениях для коктейлей. Они дадут напитку дополнительный аромат и выделят вас из толпы. Но *украшение без смысла не работает*. Украшение должно вписываться в общий концепт коктейля. Ну и конечно, быть свежим. К примеру, как часто бывает, Mojito с плавающим в нем засохшим листиком мяты - это проигрыш.

Отдельно хотелось бы поговорить о несъедобных декоративных украшениях, которыми многие сегодня увлечены. Помните, цветы, стразы и прочее - это декор в чистом виде. Будьте осторожны, работая в этом направлении. Если кто-то вырежет нечто фантастическое из, допустим, картошки — это не сработает. Гораздо важнее сделать качественный вкусный напиток и снабдить его довольно простым и лаконичным украшением, нежели часами вырезать что-то бессмысленное из чего-то несъедобного, а в результате облажаться с самим напитком. *Главное в коктейле - приготовление*, и если вы что-то сделали не правильно, даже бриллианты на краю бокала не спасут ситуацию и ва.....demo

Карта вин ресторана — это перечень алкогольных и прохладительных напитков, табачных изделий, покупных кондитерских изделий, реализуемых на предприятии в день продажи, с указанием цены, а для напитков — и вместимости бутылки. Для напитков, качество которых не ухудшается после откупоривания бутылки, цена указы.....demo

Карта вин может быть составлена в нескольких вариантах. Например, напитки можно расположить по типам, затем по видам и далее по странам, т.е. тип вина — вид вина — происхождение вина. Этот вариант карты вин является.....demo

В ресторанах, имеющих в ассортименте более 300 наименований вин, в основу составления карты вин может быть положено деление по происхождению напитка, т.е. страна — регион — тип в.....demo

Новое направление в составлении карты вин — это распределение вин по вкусовым или ароматическим характеристикам. При составлении карты вин следует учитывать тематику, специализацию предприятия, национальные особенности в потреблении напитков, вкусы постоянных потребителей. В летний период, когда продажа вин падает, следует составлять карту вин с учетом того, что летом лучше реализуются легки.....demo

Название напитка дается на русском языке и языке страны изготовителя. Если на этикетке бутылки иностранного напитка указаны год и место производства вина, сорт винограда, из которого оно сделано, его особенности, то эти данные следует включать в карту вин. Карта вин классных ресторанов должна включать не менее 50 н.....demo

При составлении карты вин алкогольные напитки располагают в зависимости от их крепости. Чаше всего их располагают по степени снижения крепости напитков, за ними — прохладительные напитки, табачные изделия и покупные конд.....demo

- водка;
 - горькие настойки, наливки;
 - джин, виски, ром;
 - виноградные вина крепкие;
 - виноградные вина столовые — белые, розовые, красные;
 - десертные вина;
 - шампанское — брют, сухое, полусухое, полусладкое, сладкое;
 - коньяки — ординарные, марочные, коллекционные;
 - ликеры;
 - пиво разливное, бутылочное — светлое, темное;
 - прохладительные напитки:
- соки;
- минеральная вода;
- газированная вода;
- табачные изделия;
 - покупные кондитерские изделия.

В карту вин ресторана класса люкс и высшего класса может быть включен

коктейльный лист с перечнем коктейлей и указанием их выхода и цены. В ресторанах ассортимент коктейлей состоит в среднем из 10.....demo

Хорошо известна истина: процветание ресторана определяют два фактора: на первом месте стоит его кухня, а на втором — карта вин. Составление карты может осуществить только квалифицированный сомелье, который должен быть не только знатоком вин и тонким гастрономом, но и умелым менеджером, владеющим точной информацией о со.....demo

При подборе вин для ресторанов сомелье в первую очередь обращает внимание на особенности кухни и класс ресторана. Соответствие карты вин классу ресторана означает такой обоснованный подход, при котором в карту включаются преимущественно вина высших категорий (АОС и АОVDOS), а столовые (vin de table) и местные (vin de pays) вина — скорее в порядке исключения. Однако здесь возможны некоторые перекосы, состоящие в том, что помещенные в карте неклассифицированные вина могут восприниматься как недоразумение. Вопрос о соотношении доли престижных вин в объеме общих продаж решается в каждом ресторане строго индивидуально. Другая ошибка состоит в распространении крена в сторону посредственных вин — в погоне за дешевизной и достижением нормы и прибыли. У рестораторов всего мира существует неписаное правило: если какое-либо вино продается в расположенной поблизости от ресторана коммерческой палатке, то вне зависимости от достоинств едва ли имеет смысл включать его в карту вин. Оформление винной карты должно соответствовать стилю и гастрономическим предложениям ресторана: она должна сочетаться с меню, иметь то.....demo

9 Организация производственной и торговой деятельности ресторанов

Продукция общественного питания получается в результате технологического процесса приготовления.....demo

Технологический процесс — это ряд последовательных операций по механической и тепловой кулинарной обработке продуктов, в результате которых получается кулинар.....demo

Начальная стадия технологического процесса — это механическая кулинарная обработка сырья, т.е. сочетания продуктов, предназначенных для приготовления кулинарной продукции. При механической кулинарной обработке сырье подвергается сортировке, мытью, очистке, доочистке, нарезке и другим механическим приемам, в результате чего получается полуфабрикат. На следующей стадии технологического процесса полуфабрикат подвергается различным способам тепловой кулинарной обработки, таким, как варка, припускание, жаренье, тушение, запекание. В результате тепловой обработки полуфабриката пол.....demo

Но, чтобы кулинарное изделие превратилось в блюдо, его необходимо порционировать, оформить и отпустить п.....demo

Таким образом, *кулинарная продукция* — это совокупность кулинарных полуфабрикатов, кулинарных изделий и блюд. Те предприятия общественного питания, которые имеют кондитерские цехи, кроме кулинарной продукции

выпускают мучные кондитерские и.....demo

В зависимости от характера производства технологический процесс может состоять из всех перечисленных или только из некот.....demo

В зависимости от того, какая стадия технологического процесса преобладает на предприятии, оно может быть заготовочным, доготовочным или предприятием с полным цикло.....demo

На *заготовочных предприятиях* преобладают стадии механической кулинарной обработки продуктов, в результате которой получают полуфабрикат, кулинарная продукция, которыми снабжаются другие предприятия общес.....demo

На *доготовочных предприятиях* преобладают стадии тепловой кулинарной обработки продуктов, в результате которых выпускаются готовые блюда, реализуемые на доготовочных пр.....demo
рьем для доготовочных предприятий общественного питания служат полуфабрикаты, поступающие с заготовочных п.....demo

На *предприятиях с полным циклом производства* реализуются все стадии технологического процесса, в результате чего предприятия выпускают продукцию из полуфабрикатов собственного производства и реализуют ее через собственную торговую сеть, т.е. залы, магазины к.....demo

10 Организация работы производственных цехов

К производственным помещениям относятся заготовочные, доготовочные и специализированные цехи, а также моечная кухонной посуды и инвентаря, раздаточная. Все производственные помещения располагают по ходу технологического процесса, чтобы исключить встречные потоки поступающего сырья, полуфабрикатовdemo

Производственные помещения располагают на первых этажах с северной и северо-западной сторон здания. Их площадь зависит от мощности предприятия. При устройстве производственных помещений необходимо обеспечивать удобное сообщение заготовочных цехов с доготовочными и складами, доготовочных — через раздачуdemo

Овощной цех предназначен для механической кулинарной обработки овощей, зелени и грибов и должен быть связан с доготовочными цехами и складом овощей. Оборудование этого цеха располагают в соответствии с технологическим процессом обработки овощей. В цехе выделяют технологические участки для обработки корне- и клубнеплодов: капустных, зелени и прочих овощей; луковых; солений; грибов. Основным оборудованием овощного цеха является механическое: овощемойки, картофелечистки, овоще-резки для нарезания сырых овощей и немеханическое: производственные столы, моечные ванны, стеллажи, столы для доочистки корнеплодов, столы с вытяжкой для очистки луковых. В цехе должно быть необходимое количество кухонной посуд.....demo

Рыбный цех предназначен для механической кулинарной обработки рыбы и

морепродуктов. Он должен быть связан с горячим цехом и охлаждаемыми камерами. Оборудование расставляется в соответствии с технологическим процессом обработки рыбы. Выделяются технологические участки по размораживанию рыбы; разделке рыбы с костным и хрящевым скелетом и приготовлению из них различных полуфабрикатов; приготовлению фарша и полуфабрикатов из него; обработке морепродуктов. Механическое оборудование рыбного цеха на крупных предприятиях — это чешуеочистительные машины, плавникорезки, головоотсекающие машины. На средних и мелких предприятиях эти операции осуществляются вручную с помощью ножей и скребков. Для приготовления фарша используются мясорубки и фаршемешалки, на средних и малых предприятиях — мясорубки малой мощности или универсальный привод со сменным механизмом. Из немеханического оборудования в цехе должны быть моечные ванны, передвижные ванны, производственные столы со встроенными ваннами, ванны для замачивания хлеба, стеллажи. Полуфабрикаты хранятся в холодильных шкафах. Для обработки рыбы используются ножи поварской тройки, разделочные доски, деревянные молотки, из кухонной

demo
Мясной цех предназначен для механической кулинарной обработки мяса и субпродуктов. Его организуют на крупных предприятиях. Мясной цех должен быть связан с горячим цехом и охлаждаемыми камерами. Оборудование в цехе располагают в соответствии с технологическим процессом обработки мяса. В цехе выделяют технологические участки по размораживанию мяса; разделки туш и приготовлению крупнокусковых полуфабрикатов; приготовления порционных полуфабрикатов; приготовлению мелко-кусковых полуфабрикатов; приготовлению фарша и полуфабрикатов из него; обработке субпродуктов; обработке птицы. Механическое оборудование мясного цеха — это мясорубки или универсальный привод, фаршемешалки,.....demo

Немеханическое оборудование цеха — это производственные столы, моечные ванны, ванны для замачивания хлеба, стеллажи. При разделке мяса и приготовлении полуфабрикатов применяются различные инструменты и инвентарь — ножи обвалочные, ножи поварской тройки, мусаты, доски разделочные, сита, грохот и т.п.; из кухонной посуды — котлы, лотки, противни. Хранят полуфабрикаты.....demo

Мясо-рыбные цехи организуют на предприятиях средней мощности (в ресторанах, столовых). Мясо и рыба обрабатываются в одном цехе, но на разных технологических линиях. Участки по обработке мяса и рыбы организуют на этих линиях аналогично с технологическими участками в мясном или рыбном цехе. Для обработки мяса и рыбы должно быть отдельн.....demo
дельный инструмент, инвентарь и посуда.

Горячий цех — это цех, в котором завершается технологический процесс приготовления пищи, здесь полуфабрикаты превращаются в готовые блюда. Он предназначен для тепловой кулинарной обработки продуктов. Горячий цех должен быть связан со всеми заготовочными цехами, холодным цехом, с залом через раздаточную и моечной кухонной посуды. Горячий ц.....demo
них предприятиях состоит из двух отделений, каждое из которых выполняет

свои.....demo

Суповое отделение предназначено для приготовления бульонов и супов.

Соусное отделение предназначено для приготовления горячих блюд, соусов и горячих напитков. Основное оборудование горячего цеха — это тепловое оборудование, расположенное в соответствии с технологическим процессом пр.....demo

В цехе выделяют технологические участки для приготовления бульонов, супов, соусов; для варки гарниров и тепловой обработки основного продукта; приготовления горячих напитков. В горячем цехе используются электроплиты, электрокотлы, электросковороды, фритюрницы, грили, мангалы, пароконвектоматы, из механического оборудования — универсальный привод. В цехе должно быть необходимое число моечных ванн, стеллажей, производственных столов, в том числе и с охлаждаемой поварской горкой, холодильных шкафов, разнообразной кухонной посуды,.....demo

Поскольку в горячем цехе много теплового оборудования, то необходимо следить за температурным режимом. Для этого над тепловым оборудованием обязательно устанавливается зонтичная вентиляция. В ресторанах горячий цех имеет собственный раз.....demo

Холодный цех предназначен для приготовления закусок, холодных сладких блюд и напитков, холодных супов. Порционируют и оформляют блюда также в цехе. Холодный цех должен быть связан с горячим цехом, моечной столовой посуды и через раздаточную — с залом. В холодном цехе выделяют технологические участки для приготовления бутербродов, салатов и винегретов; закусок, мясной и рыбной гастрономии; заливных; закусок из сельди; холодных сладких блюд и напитков; холодных супов. Оборудование на технологических участках располагают в соответствии с технологическим процес.....demo

Холодный цех оснащается разнообразным механическим оборудованием — овощерезками для нарезания вареных овощей, слайесрами, универсальными приводами. В нем должно быть достаточное число производственных столов, в том числе с охлаждаемыми поварскими горками и с охлаждаемыми столами, стеллажей, стационарных и передвижных ванн или столов со встроенными паннами, холодильных шкафов, низкотемпературных прилавок для хранения и отпуска мороженого, льдогенераторов для получения льда. В цехе используются разнообразный инструмент, инвентарь, к.....demo

Холодный цех — это цех, в котором особенно строго соблюдаются правила санитарии и правила личной гигиены поваров. Такой строгий подход объясняется тем, что продукция цеха после приготовления, порционирования и оформления не подвергается тепловой обработке и должна быть реализов.....demo

Холодные блюда отпускаются после охлаждения в холодильных шкафах при температуре 10...14°C. В ресторанах этот цех имеет собственный раздаточ.....demo

Кондитерский цех — это специализированный цех, работающий автономно от всех остальных цехов. Он предназначен для производства мучных кондитерских изделий из всех видов теста, в том числе с кремом. На крупных предприятиях кондитерский цех имеет помещения определенного назначения.

Так, в кладовой суточного запаса в холодильных шкафах и на стеллажах хранится сырье, необходимое для работы цеха в течение дня. В помещении для санитарной обработки яиц проверяют их качество и обрабатывают теплой водой и водой с дезинфицирующими растворами в четырехгнездных ваннах. В мощных кондитерских цехах выделяют специальное помещение для просеивания муки с помощью специального оборудования (просеивателя муки). Выделяется помещение для замеса и брожения теста, его разделки и выпечки изделий. Оно оснащается тестомесильным, тестораскаточным, взбивальным оборудованием, пекарскими шкафами. Для подсобных операций используют производственные столы, в том числе со встроенными ваннами, передвижные стеллажи. На участке по приготовлению слоеного теста устанавливают холодильный шкаф, а на участке приготовления заварного теста — дополнительную электроплиту. Для приготовления помадок, сиропов и других отделочных полуфабрикатов выделяется помещение, оснащенное электроплитами, производственными столами с охлаждаемой поверхностью для охлаждения отделочных полуфабрикатов, ваннами, взбивальной машиной для взбивания сиропа и получения помадки. Приготовление кремов осуществляется в специально выделенном помещении, оснащенное взбивальной машиной, производственными шкафами, холодильниками, стеллажами. Выделяются также отдельные помещения для отделки тортов и пирожных, для мытья посуды и инвентаря. Готовые изделия хранятся в кладовой в холодильных камерах. Для приготовления, формовки и отделки изделий используется разнообразный инструмент и инвентарь, из кухонной посуды — кондитерские листы, противни, различные кондитерские формы, кондитерски.....demo

Оптимальные условия труда

Для оздоровления условий труда работников предприятий необходимо со....demo

- 1) Режим труда и отдыха.
- 2) Создавать условия микроклиматического комфорта в производственных...demo
- 3) Поддерживать правильную освещенность рабочих мест.
- 4) Организовывать хорошие бытовые условия на производстве.

Для повышения защитных свойств организма каждому человеку следует со....demo

- Оптимальный режим труда и отдыха;
- Рациональное сбалансированное питание;
- Оптимальный двигательный режим;
- Физическую культуру;
- Закаливание;
- Правила личной гигиены;
- Следить за собственным здоровьем и экологическим поведением.

11 Принципы функционирования ресторанов

1 Чистота. В заведении общественного питания, коим и является ресторан, чистота должна быть превыше всего. Каждый уголок заведения должен быть вылизан и отполирован до блеска. Это касается обеденного зала и, конечно же, кухни. Соблюдение всех санитарно-гигиенических норм — обязательное условие, и залог качественных и вкусных блюд (а вы что не знали, что вкус блюда на 25 процентов зависит от соблюдения данного принципа).

2 Скорость обслуживания. В хорошем ресторане посетитель должен ожидать появления первого из заказанных блюд не более 15 минут. Это звучит труднодостижимым, особенно если отказаться от использования полуфабрикатов и готовить из свежих продуктов непосредственно после получения заказа от посетителя, однако, у меня есть некоторые соображения по этому поводу. В процессе приготовления блюда продукты проходят определённые технологические операции. При составлении меню нужно учитывать это и выбирать такие рецепты, где обработка продуктов (следовательно, и время приготовления) сводятся к минимуму. Из этого принципа вытекает следующий.

3 Простота. Чем проще — тем лучше. Это относится прежде всего к блюдам. Не нужно готовить, используя 10-15-20 основных ингредиентов (так любят делать во французской кухне, в итоге непонятно, что же «они туда намешали»). Можно взять 3-5 исходных продуктов и заставить их гармонично работать друг с другом, подчёркивая сильные стороны друг друга и скрывая слабые. В итоге все будут довольны: клиенты — быстрым обслуживанием и качественной едой; владелец ресторана — лояльностью посетителей и хорошей выручкой.

4 Свежие и качественные ингредиенты. Качественный продукт сам по себе способен на многое, поэтому за свежестью продуктов надо следить очень внимательно. Также не стоит экономить на качестве.

Итог: простота, свежие ингредиенты, скорость обслуживания и чистота. Вот основные принципы, позволяющие рес.....demo

12 Современные направления в проектировании и технической организации помещенийdemo

Выбор места размещения ресторана

Правильно выбранное место размещения предприятия общественного питания - это один из важнейших факторов успеха, а в некоторых случаях даже доминирующий. Причем, если с самого начала место выбрано неудачно, то исправить это чаще всего возможно только через переоткрытие заведения на другом месте со всеми вытекающими издержками.

Как правило, больше всего зависят от места заведения, работающие в нижней ценовой категории, первейшие из которых - рестораны быстрого обслуживания.

Главный принцип выбора места для ресторана, кафе, бара, фаст-фуда и т.д. заключается в том, чтобы максимально приблизить его к потребителю. То есть, помещение должно находиться вблизи мест обитания потенциального

потребителя (рядом с домом, рядом с работой, при прогулках по городу и т.п.), должно быть транспортно доступно и легко находимо.

Исключения могут составлять лишь супер-концептуальные заведения, куда по предположению автора гости должны ломиться со всего города и должны с утра занять очередь, чтобы попасть в него вечером. Если вы решили создать такой ресторан, то должны помнить две вещи: 1) концептуальные рестораны и клубы редко доживают до своего 5-летия; 2) даже для такого заведения лучше, если оно будет поближе "к цивилизации", т.е. там, где есть потоки людей из категории ваших потенциальных потребителей, это позволит повысить его посещаемость, если ваши прогнозы относительно привлекательности концепции оказались неверны.

Особая категория сетевые рестораны. Организация сети позволяет нивелировать отсутствие желанного бренда там, где потребитель хотел бы им воспользоваться. Фактически, сеть можно обозначить как ресторан, который всегда с тобой. При развитой сети потребитель встречает ее заведения и около метро и около места работы, на отдыхе. Таким образом, он посещает сеть чаще, чем мог бы посещать одиночное заведение. То есть, достигается увеличение числа посещений. И, иногда, многократное. Поэтому в сети, чем больше ресторанов в многолюдных местах, тем лучше для ее хозяина.

Наличие известного бренда увеличивает радиус действия заведения. Сетевая организация также способствует увеличению частоты посещений.

Дорогие рестораны также зависят от места размещения. Дорогой ресторан, размещенный в промзоне, практически не имеет шансов на успех. Дорогой, элитный ресторан должен находиться в той части города, на такой улице и в таком здании, которые жители этого города традиционно причисляют к дорогим и элитным. Потребители исходят из того, что дорогое (оно же часто считается - лучшее) заведение должно размещаться в лучших местах. И это абсолютно справедливо.

Поиск помещения, юридические аспекты оформления недвижимости

В крупных российских городах, и, особенно, в столице существует острый дефицит недвижимости, пригодной под размещение ресторана. Поиск помещения, нередко, может занять полгода и больше. Покупка помещения, в целом, предпочтительнее аренды, хотя и более затратна.

При покупке помещения вам будет необходимо зарегистрировать право собственности на него, в случае аренды - договор аренды. Регистрация прав занимает порядка 1 месяца. При этом на сбор необходимых документов может уйти не меньше, а то и больше времени.

Если вы арендуете помещение, то собственник очень часто склонен заключать договор на 11 месяцев. Его интерес понятен - во-первых такой договор не нужно регистрировать в установленном законом порядке, а во-вторых, через год он спокойно может расстаться с вами или существенно повысить арендную ставку. За это время ресторан вряд ли окупится, не говоря уж об извлечении прибыли. Очень редкий случай, когда заведение успевает отбиться в течение года. Поэтому, нужно стремиться к заключению длительного договора аренды - хотя бы лет на пять.

Прежде, чем заключать договор аренды или покупать помещение необходимо, чтобы документы собственника проанализировал юрист, специализирующийся на коммерческой недвижимости. Ведь помещение может иметь различные обременения, незаконные перепланировки и реконструкции и другие проблемы, которые могут служить препятствием для государственной регистрации.

При планировании затрат на открытие ресторана, кафе, бара и других предприятий общественного питания, часто забывают учесть расходы на выплату вознаграждения агенту по недвижимости и расходы на аренду помещения на срок до открытия ресторана (ремонт, монтаж оборудования, получение разрешительной документации и т.п.), который может составлять 4-12 месяцев.

Почти всегда приобретаемое помещение нуждается в переустройстве для того, чтобы отвечать требованиям, предъявляемым к предприятиям общественного питания. Такую перепланировку вы также обязаны предварительно согласовать в соответствующих инстанциях. Процесс согласования переустройства, в среднем длится 3-6 месяцев. Следует обратить внимание, что прежде чем начинать перепланировку, следует сделать проект и согласовывать именно его. А перепланировку производить уже на основании согласованного проекта.

Проекты, которые могут потребоваться при открытии ресторана

Для новичка в ресторанным бизнесе из всех проектов может быть очевиден, в лучшем случае, лишь дизайн-проект. Именно поэтому часто организация ресторана начинается именно с него.....demo

1 *Техническое заключение на помещение* - в нем описываются особенности здания, помещения, стен, потолков и инженерных коммуникаций с точки зрения возможности устройства в этом помещении того, ч.....demo

2 *Технологический проект (технологическая часть)* - в нем планируются все помещения, размещается оборудование и описывается технология работыdemo

3 *Проект переустройства помещений (архитектурная часть)* - в нем содержится планировка помещений, конструктивные особенности стен, по.....demo

4 *Проект реконструкции фасада (архитектурная часть)* - этот проект нужен, если вы меняете дверь, делаете крыльцо, прорубаете или заделываете дверной или оконный проем, красите фасад или делаете новую облицовку, т.е. вносите какие-либо изменения в облик здания. При этом фасад - это все стены здания, а не только та, что выхо.....demo

5 *Проект Вентиляции/кондиционирования и отопления (ОВ)*

6 *Проект Водоснабжения и канализации (ВК)*

7 *Проект Электроснабжения*

Вся вышеперечисленная проектная документация должна быть выполнена лицензированной проектной организацией и подлежит обязательному согласованию у пожарных, у сан. врачей, у архитектора, в Управе и Префектуре. На любое переустройство и реконструкцию необходимо получить соответ.....demo

Из всей перечисленной проектной документации согласовывать не нужно только дизайн-проект или проект декорирования помещения. Этот проект не интересует различные инстанции, но его воплощение очень важно для ваших будущих клиентов.

Очень часто встречается подход, при котором владелец сам делает дизайн, или поручает это непрофессионалам. Чаще всего за этим кроется стремление сэкономить. Дизайн-проект - довольно затратная составляющая при организации ресторана (в среднем, \$30-50 за 1 кв.м клиентской площади). Но экономить на этом не следует. Профессиональный дизайн всегда заметен, и посетители прекрасно чувствуют его. Он помогает создавать гармонию, атмосферу ресторана, которая является важнейшей составляющей, позволяющей привлекать и удерживать посетителей.

Разработка меню

Состав меню в значительной степени зависит от концепции ресторана. В концепции отражается общее направление кухни, даются рекомендации по количеству блюд, ценовой политике. Этой информации достаточно для разработки технологического проекта и подбора оборудования.

Окончательное меню составляется шеф-поваром ресторана, который должен быть нанят не позднее, чем за 2 месяца до планируемого открытия. Фактически заявленное в концепции направление кухни является техническим заданием на поиск шеф-повара и другого персонала кухни, специализирующегося на этом сегменте.

Закупка оборудования.

Сейчас в России можно найти практически любое оборудование - разного качества и ценового уровня. И без хорошей подготовки разобраться в нем очень сложно. Представители торговых компаний заинтересованы в том, чтобы у них покупали как можно больше оборудования и в этом смысле их цели противоречат цели ресторатора экономно и разумно расходовать ресурсы. Поэтому рекомендуется самостоятельно не выбирать оборудование, а пригласить для этого консультантов, шеф-повара, технолога, которые помогут сделать верный выбор.

Оптимизация состава оборудования при помощи специалистов может очень существенно снизить расходы. Единственное, чего не стоит делать для снижения затрат, так это покупать бытовое оборудование, так как оно не рассчитано на такую интенсивную эксплуатацию и вы очень быстро окажетесь перед необходимостью покупать оборудование снова.

И еще, очень важно при покупке оборудования знать, что далеко не все оборудование бывает у поставщика непосредственно на складе в вашем городе. Это значит, что ваш заказ будет выполняться какое-то время. Стандартный срок поставки в Москве 75 дней, в других городах он может быть и больше. Поэтому, при расчете сроков открытия, этот фактор также надо учитывать.

Посуда и инвентарь

Важно знать, что для кафе, баров ресторанов используется специальная профессиональная посуда. Это экономически обосновано, несмотря на то, что она может быть значительно дороже обычной бытовой, которая не предназначена

для такого интенсивного использования. При покупке профессиональной посудыdemo

- посуда долго сохраняет первоначальный вид, т.к. не скалываются края, не трескается и не темнеет эмаль, не стирает.....demo
- посуда более устойчива к ударам и падению, реже бьется;
- всегда можно докупить недостающее количество того же вида.

Тоже самое и с кухонным инвентарем. Ведь у вас будет самое настоящее производство и все на этом производстве должно быть профессиональным, износостойким, удобным, специально приспособленным.

Для того, чтобы правильно выбрать посуду, необходимо привлечь шеф-повара, так как форма подачи блюда - это его прерогатива, значит, ему и выбирать. Количество же рассчитать лучше с консультантом и прийти в торговую компанию с уже готовыми расчетами, чтобы не покупать лишнего. Заказывать посуду нужно заранее, также как и оборудование.

Подбор персонала

Подбор персонала нужно начинать заблаговременно - например, будет правильно, если ключевые позиции будут подобраны заранее и подключатся на самых ранних стадиях организации ресторана (например, шеф-повар, шеф-кондитер, управляющий). Штат прочего персонала также лучше всего укомплектовать за какое-то время до открытия. Это время необходимо для того, чтобы провести предварительное обучение.

Лучше всего поручить комплектацию штата кадровому агентству, специализирующемуся на ресторанных кадрах.

Необходимо помнить, что если вы хотите подобрать людей не из вашего города (в большинстве случаев это относится к позиции шеф-повара, реже - управляющего), то это может занять гораздо больше времени, чем ожидалось. В некоторых случаях поиск может затянуться на 2-3 месяца. Особенно это верно в отношении иностранных специалистов.

Вообще, если вы хотели бы иметь в штате иностранный персонал, то лучше сначала попробовать обратиться с этим вопросом к кадровым агентствам. В Москве уже давно работает множество иностранцев, которые готовы выехать в российские регионы, или сопредельные государства. При приглашении иностранного шеф-повара не стоит надеяться получить действительно достойного специалиста меньше, чем за \$4-5 тыс.

Программное обеспечение (ПО)

Профессиональные рестораторы давно знают, что компьютерная система контроля и учета - это не блажь, это необходимость. Она позволяет снизить воровство и мошенничество персонала, которым сильно грешит ресторанный бизнес и дает информацию для всестороннего анализа бизнеса, без которого не возможно принимать рациональные управленческие решения.

Качественное программное обеспечение и оборудование для него может быть довольно затратным - \$10-15 тыс. и это далеко не предельные суммы.

Оптимальный вариант - это приобретение у компаний, специализирующихся на разработке ПО для ресторанного бизнеса. Многие из

них имеют свои представительства или партнеров в регионах, что позволяет также рассчитывать в дальнейшем на сервисное обслуживание.

Часто разработку программного обеспечения заказывают у компаний, или частных лиц, не владеющих ресторанной спецификой. Кажется, что это обходится дешевле (за счет того, что сумма выплачивается разработчику не сразу, а в виде зарплаты ежемесячно), при этом практически всегда идет проигрыш в отношении качества самой разработки и дальнейшего сервиса.

О бизнес-плане ресторана

Бизнес-план или Технико-экономическое обоснование в их классическом понимании требуются, как правило, для получения банковского кредита. Есть и другое - "бытовое" понимание бизнес-плана - для привлечения партнеров-соинвесторов, либо для самого инвестора - будущего владельца ресторана. В этом проявлении бизнес-план тесно пересекается с концепцией, которая включает в себя экономические расчеты, включая размер необходимых инвестиций и сроки окупаемости.

Для человека, не имеющего опыта в ресторанном бизнесе разработать реалистичный бизнес-план самостоятельно - трудно выполнимая задача, особенно если он раньше не разрабатывал бизнес-планы и не имеет финансового образования. Для ее решения необходимо будет привлечь консультанта, который, во-первых, уже открывал рестораны, желательно такого же уровня как планируете вы, и чем больше он их открыл, тем лучше; а во-вторых, работал в ресторане на такой должности, на которой ему были доступны все финансовые сведения; и, в-третьих, он уже разрабатывал бизнес-планы. Можно заказать разработку бизнес-плана в консалтинговой компании, при этом требования к ней должны быть такие же, как к частному консультанту, описанные выше.

Затраты на организацию ресторана

Все затраты на организацию предприятия общественного питания, в среднем, оцениваются из расчета \$1000-1500 на один квадратный метр общей площади помещения, включая проведение ремонтно-отделочных работ. Затраты на приобретение помещения сюда не входят.

13 Взаимоотношения ресторанов и поставщиков

На столичном рынке ресторанных поставок сегодня действуют около 30 игроков. Треть их них – это крупные компании, у каждой из которых насчитывается порядка 500-1000 клиентов. В других городах России бизнес по поставке продуктов в точки питания только зарождается, и конкуренция невелика.

Стабильно получать прибыль смогут только те новички, которые сумеют правильно выстроить систему отношений с клиентами и производителями.

Организация бизнеса по снабжению ресторанов и кафе начинается с изучения их потребностей: дело не выгорит, если нет достаточного количества заказов. И только следующий шаг – выбор производителей или импортеров необходимых продуктов. Удобнее и выгоднее всего работать с российскими

компаниями: и транспортные расходы на порядок ниже, и поставки стабильны.

А с «исторической родины» завозятся только те продукты, которые в России найти невозможно, например мясо кенгуру.

Сформировав клиентов и поставщиков, компания, завозит продукты на свой склад и затем доставляет их по конечному адресу на собственном автотранспорте, либо, что встречается реже, рестораны и кафе забирают их самовывозом.

В цене деликатесы.

Ассортимент крупной компании, занимающейся поставкой продуктов обычно насчитывает порядка 1000 наименований. Большая часть из них, около 60%, – это обычные продукты стандартного качества типа масла, макарон или консервов. Около 40% ассортимента приходится на деликатесы, которые закупаются у производителей или дистрибьюторов на условиях эксклюзива. И, наконец, 2% занимают сопутствующие товары, которые поставляются в рестораны «за компанию». К ним относятся, к примеру, средства бытовой химии для наведения порядка на кухне или туалетная бумага.

Торговая наценка составляет в среднем порядка 25%. Однако она варьируется в зависимости от изысканности и уникальности того или иного продукта. «Стандартные» продукты стабильно приносят прибыль за счет быстрой оборачиваемости. Наценка на них, как правило, минимальна. Клиенты могут купить их где угодно, и задирать цену нельзя.

Другое дело – экзотические морепродукты, свежая гусиная печенька, мясо бизона, трюфели. На них удастся зарабатывать больше, особенно являясь эксклюзивным поставщиком этих продуктов в регионе. Учитывая, что рестораны делают на свои блюда наценку в 100-300%, для них разница в \$10-15 за килограмм деликатеса не имеет значения. Впрочем, перегибать палку не стоит: времена дикого рынка давно прошли, а конкуренты тоже не дремлют.

Умение правильно сформировать «продуктовый портфель» опытные предприниматели считают залогом успеха фирмы. И многое здесь зависит от опыта ее руководителя.

Еще один ключ к успеху – специализация. Можно заниматься только морепродуктами, французскими деликатесами или, например, продуктами глубокой заморозки. Это подчас единственная возможность закрепиться на рынке для небольших фирм, неспособных взять высокими объемами поставок и низкими ценами.

Специализация хороша и по другим причинам. Во-первых, в этом бизнесе, как и везде, работает принцип Парето, когда 20% ассортимента приносят 80% прибыли. Во-вторых, специализированные компании имеют возможность устанавливать на продукты более высокую наценку. И наконец, работа в узкой нише может стать главным конкурентным преимуществом фирмы.

Волшебная сила связей

Для поиска заказчиков поставщики используют различные каналы.

Традиционный способ – создание отдела по продажам, менеджеры которого методично обходят все рестораны, кафе, гостиницы и предлагают свои услуги. Чаще всего им приходится иметь дело со снабженцами, реже – с управляющими,

и еще реже – с шеф-поварами. Хотя знакомства последнего рода самые многообещающие. Во-первых, шеф-повар отлично разбирается в продуктах и точно знает, какие ингредиенты обязательно нужны для приготовления блюда. Во-вторых, он дорожит своей репутацией, поэтому не станет заменять дорогие компоненты блюд более дешевыми и низкокачественными. В-третьих, уходя из одного ресторана в другой, шеф обычно «тянет» за собой привычного партнера. Хуже всего, когда решение о выборе поставщика принимают сотрудники отдела снабжения или бухгалтерии ресторана. Для них основной аргумент – низкие цены. При этом качество и эксклюзивность продуктов отходят «на второй план». По словам Васко Суччи, чтобы компания заработала хорошую репутацию среди рестораторов и управляющих отелями, необходимо налаживать прямые продажи и обязательно лично выезжать к клиентам. Это непросто. Но спустя некоторое время эта тактика приносит успех, и репутация начинает работать на вас. Еще один способ поиска клиентов – реклама в специализированных изданиях и участие в выставках. При этом многие участники рынка признают, что для успешной работы фирмы нужны личные связи с владельцами ресторанов и кафе.

Чтобы сформировать клиентскую базу, большинству поставщиков московских ресторанов потребовалось несколько лет. Андрей Хартли утверждает, что 70% его клиентов постоянно пользуются услугами его компании, и только среди оставшихся 30% время от времени происходит ротация.

В краткосрочном плане выгоднее, разумеется, обслуживать крупные рестораны или гостиницы: они регулярно заказывают продукты на круглые суммы, а фирма-поставщик меньше тратит на транспорт – легче доставить один крупный заказ, чем десяток мелких. Однако ставка «по-крупному» связана с одной очевидной опасностью: можно «прогореть» даже из-за ухода всего одного такого клиента.

При высоких ежемесячных издержках скидка в размере 10% – большой удар по доходам фирмы-поставщика. Поэтому скинуть цену больше, чем на 1-2%, она не может. Клиент же может потребовать, чтобы размер скидок соответствовал уровню других компаний, торгующих продуктами питания.

Нелояльность клиентов эксперты называют главной проблемой бизнеса по поставке продуктов. Клиент капризен. Чтобы его удержать, приходится делать скидки, вводить гибкую систему оплаты и формировать программу повышения лояльности. Но в итоге все усилия могут оказаться напрасными. В любой момент клиент может уйти к конкуренту или сменить систему закупки продуктов.

Чтобы надолго «привязать» к себе клиента, компании-поставщики кропотливо объясняют ему, что они продают не только продукты, но и сервис. Этот сервис включает в себя доставку заказа «до двери» в удобное время, предоставление отсрочки платежа, возврат и обмен продуктов, предоставление образцов продукции для шеф-повара, промоушн-мероприятия, организуемые совместно с ресторанами, и мастер-классы, посвященные обучению работе с редкими продуктами. Соответственно, цена не может быть такой же, как у оптовых фирм, занимающихся торговлей продуктами «для всех».

Компаниям, имеющим в своем ассортименте эксклюзивные продукты, это не мешает. Они не видят серьезного конкурента, потому что там не найти тех

продуктов, которые есть у них. К тому же фирмы, целенаправленно занимающиеся обслуживанием предприятий имеют ряд преимуществ перед магазинами мелкооптовой торговли. На мелкооптовый рынок закупщик ресторана должен приехать сам, оплатить товар наличными, и при этом он не имеет возможности вернуть неподходящие продукты. Поэтому многие рестораны предпочитают пользоваться услугами специализированных компаний. Проверенный поставщик отвечает за качество продуктов. Кроме того, в мелкооптовой фирме не найти деликатесов. И наконец, доставка заказа в ресторан – это очень удобно. Я могу заказать определенный набор продуктов к определенному сроку. При этом я уверен, что все будет качественным и свежим.

Еще одна проблема компаний, занимающихся поставками продуктов в рестораны, – сложности с их растаможкой.

Мало кто поставяет продукты легально, «по-белому». Такое могут позволить себе только крупные компании. Главная причина – высокие таможенные пошлины. Таможенные правила постоянно меняются, система эта непрозрачна. Кроме того, процедура таможенной очистки часто затягивается. Это уменьшает доходы.

Бумажная волокита

Новым фирмам, выходящим на рынок обслуживания предприятий следует учитывать, что в отрасли питания действует жесткая система сертификации продуктов. Получение сертификатов – серьезная головная боль.

В инструкциях столичных и региональных контролирующих организаций есть масса разночтений. Те сертификаты, которые выписаны в Москве,demo

Еще одно необходимое условие работы – ежемесячная сертификация образцов продукции. При небольших объемах ввоза деликатесных и очень дорогих продуктов, ежемесячные «полкило» на образцы обходятся фирма.....demo

Однако, несмотря на преграды, которые, в целом, типичны для российского бизнеса, оптовые поставки продуктов – доходное дело. И особенно на «пустых» региональных рынках. Организовать работу в регионе относительно недорого. Для организации небольшой фирмы понадобится всего \$50 тыс. Половина этих денег уйдет на закупку продуктов, а половина – на приобретение автотранспорта, арендуdemo

Первые полгода обычно уходят на формирование клиентской базы и поиск поставщиков. А затем фирма начинает получать прибыль. При благоприятном стечении обстоятельств вложенные средства можно вернуть за не.....demo

14 Современные направления в проектировании и технической организации производственных.....demo

Сегодня на столичном рынке коммерческой недвижимости для объектов общественного питания спрос сильно превышает предложение, что обеспечивает

приток фирм, профессионально занимающихся скупкой или субарендой таких помещений. В свою очередь, это удорожает и усложняет поиск. Кроме того, существует бизнес, который окупается гораздо быстрее, чем ресторанный: игровые автоматы, магазины одежды, магазины парфюмерии и пока еще салоны сотовой связи – а потому имеют место случаи перекупки этими компаниями коммерческих площадей у рестораторов. Как рассказал «Собственнику» владелец ресторанов «Сбарро», «Восточный Базар», «Виаджио» и «Баш на Баш» Мераб Елашвили, к основным трудностям при открытии.....demo

- длительный процесс оформления лицензионно-разрешительной документации при открытии ресторана (даже если он очередной, 60-й.....demo

- дефицит подходящих под ресторанный формат помещений с соответствующими площадями, мощностями и техническими требованиями, особенно в центральных районах Моск.....demo

- завышенные арендные ставки (особенно в центре Москвы), недостаток квалифицированного персонала для работы вdemo

- несовершенство законодательной базы в области франчайзинга, замедляющее процесс развития франчайзингового бизнес.....demo

Площадь предприятий

Помимо очевидных требований, предъявляемых к заведению концепцией, существуют и ГОСТы, регламентирующие размер и состав помещения под заведение общественного питания. Так, согласно ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» состав помещений для потребителей в ресторане должен быть таким: вестибюль, гардероб, зал, банкетный зал, мужская и женская туалетные комнаты с помещением для мытья рук, курительная. Это тот минимум, без которого ресторан н.....demo

Серьезных ограничений в метраже помещения, по закону, нет. Зато существует установленное соотношение площади кухни к площади зала как 1:2, т. е. при площади зала 200 кв. м (в Москве это средний показатель) под кухню должно быть отведено 100 кв. м. В действительности же высокие арендные ставки и дефицит помещений часто сокращают это соотношение до 1:4. О требованиях к метражу ресторана говорит Марк Векслер, директор по франчайзингу ООО «Бразерс и компания»: «Площадь ресторана должна быть 250-500 кв. м (либо 80-120 кв. м, если ресторан р.....demo

Другой аспект выбора метража напрямую касается расчета окупаемости. Как показывает опыт, чем больше в зале столов, тем больше ресторан способен вместить посетителей, тем выше и прибыль. Но следует учитывать, что, во-первых, излишняя концентрация посадочных мест может сильно ударить по посещаемости вообще, поскольку превращает ресторан в подобие столовой. Во-вторых, существует ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий», в котором сказано, что на одного посетителя в ресторане должно приходиться не менее 1,8 кв. м либо 2 кв. м, если в ресторане имеется танцпол или эстрада. Это значит, что ресторан с площадью зала 150 кв. м должен иметь не более 83 посадочных мест. Наконец, при выборе помещения нужно правильно оценить потенциальную проходимость заведения, чтобы не перестараться при определении количества посадочных мест. Хорошей считается

оборачиваемость стола для небольших ресторанов – на уровне 2-3 посадки в день, для крупныхdemo

Правила выбора. Принципиальные моменты

Помимо требований к площади, стоит помнить о таких принципиальных моментах.....demo

1. *Коммуникации.* Вентиляция, водоснабжение, электроснабжение, канализация – это ключевые моменты в работе ресторана. В центре Москвы есть дома без горячего водоснабжения, есть дома с нестандартным напряжением в сети, с серьезными и регулярными перебоями в электро- и водоснабжении. «В моей практике был случай, когда человек подыскивал отличное помещение для открытия пиццерии: и место очень удачное и бойкое, и арендная плата невысокая, и размер помещения оптимальный, – рассказывает Сергей Ключанский, шеф-повар и шеф-директор ресторана «Каприччо». – Казалось бы, золотая жила, но... Как потом выяснилось, банальноdemo

2. *Состояние помещения.* Этот аспект особенно актуален для старой части города, поскольку именно там строения зачастую требуют серьезного ремонта, реконструкции либо приведения помещения в соответствие с техническими требованиями. В любом случае при выборе помещения стоит проконсультироваться со специалистами. «Опытные консультанты подскажут, сколько будет стоить ремонт и перепланировка доставшегося помещения под планируемую концепцию, – рекомендует Александр Минаев, генеральный директор консалтинговой и дизайнерской компании Art People Group. – Советую к этому вопросу отнестись серьезно, т. к. это достаточно существенная статья расхода: практика показывает, что именно строительные и отделочные работы занимают около 40% инвест.....demo

3. *Тяжелое наследство.* Казалось бы, соблазнительно купить под открытие ресторанного дела закрывшийся объект общественного питания: налицо явная экономия в средствах и сроках открытия. Однако в такой ситуации следует выяснить реальные причины закрытия «.....demo

4. *Размещение в жилом доме.* Свой отпечаток накладывает расположение ресторана в жилом доме – потребуются дополнительные вложения в шумоизоляцию, систему вентиляции, будут ограничения во времени работы, возможны проблемы с жильцами нижн.....demo

5. *Условия аренды,* если недвижимость не покупается в собственность. Наиболее важными факторами являются арендная плата (которая не должна превышать 5-6% от предполагаемой прибыли), ее состав и срок аренды. Арендная плата включает в себя собственно арендную ставку, коммунальные платежи, налоги и эксплуатационные расходы (уборка помещения, охрана и пр.). Часто собственник заранее объявляет лишь арендную ставку, а остальные составляющие предприниматель будет платить сверх этого самостоятельно. Кроме того, арендодатели предпочитают заключать краткосрочные контракты, а для будущего ресторатора это большой риск: полгода-год уйдет собственно на открытие ресторана (проектирование, строительно-отделочные работы и т.д.), еще 2 года на возврат инвестиций и только последующие год.....demo

Правила выбора. Место действия

Стоит учесть и специальные требования к месторасположению ресторана. В самых общих чертах, можно выделить 7 основны.....demo

Принцип 1. Помещение должно располагаться в центре города или в одном из нескольких перспективных спальных микрорайонов. Если раньше традиционно беспроигрышным вариантом считался только центр, то сейчас столичные власти пытаются налаживать инфраструктуру новых микрорайонов: строятся крупные торговые и развлекательные центры, первые этажи жилых домов уже при проектировании отводятся под инфраструктуру и т. д. Действительно, в спальных районах проживает огромное количество людей, которые хотят периодически питаться вне дома. По проходимости такие места являются очень хорошими, и арендная плата в этих микрорайонах сравнима с аренд.....demo

Принцип 2. Помещение, особенно под отдельно стоящий ресторан, должно быть расположено недалеко от метро: как ни парадоксально, но практика показывает, что на успех даже дорогого ресторана влияет близость к ст.....demo

Принцип 3. Помещение должно располагаться на первом этаже – как диктует опыт, ресторан, расположенный на втором этаже даже в первой линии домов, обычн.....demo

Принцип 4. Помещение должно быть строго в первой линии домов. Здесь нужно быть особенно внимательным, поскольку существуют «псевдопервые» линии, когда здание относительно дороги является первым, но находится от нее на некотором отдалении. И если зимой здание хорошо просматривается, то летом густая зелень может и вовсе скрыть его с глаз проезжающих по дороге п.....demo

Принцип 5. Рядом должны проходить активные автомобильные и пешеходные потоки. Нужно учитывать, что клиентам будущего заведения будет трудно попасть на ужин, если на автомобильной трассе напротив заведения в это время стоит регулярная многочасовая пробка. Относительно пешеходных потоков стоит заметить, что концепция заведения должна соответствовать составу потока, т. е. если поток образован студентами соседних вузов, нет смысла открывать здесь элитный ресторан. Важным является также и само направление потока, т. е. потенциальный клиент, решив зайти в ресторан, не должен пересекать встречную часть потока, заведение должно.....demo

Принцип 6. Удобный подъезд и парковка. Для центра столицы, густо застроенного и плотно заставленного машинами, наличие парковки – очень весомое п.....demo

Принцип 7. Удачными считаются места естественного скопления людей: торговые и развлекательные центры, парки отдыха, а также соседство с крупными офисными центрами, банками, элитными жил.....demo

15 Понятие проекта. Составляющие проекта

Проектирование представляет собой взаимоувязанный комплекс работ, в результате выполнения которого составляют техническую документацию для

строительства или реконструкции зданий и сооружений. Проектирование — промежуточное звено между научными исследованиями и их внедрением в народном хозяйстве.

В проектировании принимают участие коллективы высококвалифицированных специалистов проектных, изыскательских и комплексных проектно-изыскательских организаций (институты, тресты и конструкторские бюро).

Основную часть проектных работ выполняет организация, называемая генеральным проектировщиком. Для выполнения отдельных частей проекта генеральный проектировщик привлекает на договорных началах специализированные проектные организации. По каждому проектируемому предприятию назначается ответственное лицо — главный архитектор или главный инженер проекта, который увязывает различные части проекта, отвечает за сроки его выпуска, качество, технический уровень, эффективность и соответствие нормам.

Проекты зданий предприятий общественного питания разрабатывают на основе утвержденных схем развития и размещения сети предприятий общественного питания на первую очередь строительства и на расчетный срок (20 лет). Схемы составляются головными проектными или научно-исследовательскими и проектными организациями, которые занимаются разработкой типовых проектов и проектов для экспериментального строительства, а также индивидуальных проектов крупных предприятий, методических и нормативных документов.

Проектирование нового строительства, реконструкции и технического перевооружения действующих предприятий осуществляют на основании решений, принятых в утвержденных технико-экономических обоснованиях (ТЭО) или технико-экономических расчетах (ТЭР) строительства.

Проектная документация — это система расчетов, чертежей и показателей, создающих модель будущего предприятия, обосновывающих технологическую и техническую возможность, а также экономическую целесообразность его строительства. Разработка проектной документации включает три этапа: предпроектный, проектный и послепроектный.

На предпроектном этапе проводят изыскания, которые условно можно подразделить на экономические и технические. На этом этапе должны быть изучены предполагаемый район строительства, его климатические и географические условия, наличие в нем предприятий общественного питания и пищевой промышленности, определены перспективные потребности населения в услугах общественного питания, источники снабжения сырьем, полуфабрикатами, готовой кулинарной и кондитерской продукцией, а также топли.....demo

В технико-экономическом обосновании (расчетах) приводят сметную стоимость строительства и дают общую оценку экономической целесообразности и хозяйственной необходимости предприятия. Срок действия ТЭО (ТЭР) составляет два года, для крупных и сложных предприятий — три года.

По утвержденным технико-экономическим обоснованиям (расчетам)

составляют задание на проектирование. Состав и его содержание регламентированы инструкцией о составе, порядке разработки, согласования и утверждения проектно-сметной документации на строительство предприятий, зданий и сооружений (СНиП 1.02.01—85). В задании на проектирование содержатся следующие сведения: наименование предприятия, основание для проектирования, вид строительства (новое, реконструкция, расширение), его месторасположение; мощность предприятия (в случае проектирования по очередям — на полное развитие и на первую очередь строительства); режим работы предприятия, его намечаемая специализация, производственное и хозяйственное кооперирование, если такое будет иметь место; основные источники обеспечения предприятия сырьем, водой, теплом, газом, электроэнергией как в процессе эксплуатации, так и в период строительства; условия по очистке и сбросу сточных вод; требования к технологии и основным технологическим процессам и оборудованию; необходимость разработки автоматизированных систем управления производством; сроки строительства; размер капитальных вложений и основные технико-экономические показатели, которые должны быть достигнуты при проектировании; стадийность проектирования; наименование генеральной проектной и строительной организации генерального подрядчика.

При размещении предприятий, зданий и сооружений на территории городов проектной организации выдают архитектурно-планировочное задание (АПЗ), а также строительный паспорт участка и технический. В техническом паспорте изложены результаты инженерных и экономических изысканий, проведенных в районе строительства.

После утверждения задания начинается второй (проектный) этап непосредственного проектирования объекта. На этом этапе разрабатывают проектную документацию, состоящую из нескольких взаимосвязанных частей: архитектурно-строительной, технологической, технико-экономической, электротехнической, санитарно-технической, сметной. Номенклатура частей проекта зависит от сложности и сметной стоимости объекта.

Повышение эффективности капитальных вложений, улучшение качества и снижение стоимости объектов достигаются путем реализации ряда

-demo
- широкого использования в проектах достижений науки, техники, передового отечественного и зарубежно.....demo
- осуществления проектирования от общего к частному в строгом соответствии с разрабатываемыми схемами развития и размещения предприятий отрасли и ее материально-тех.....demo
- внедрения вариантного проектирования, позволяющего выявить и реализовать тот вариант технологического и объемно-планировочного решения, который в заданных условиях экономическиdemo
- широкого использования типовых проектов предприятий, что позволяет значительно сократить затраты труда проектировщиков, повысить качество и снизить стоимость пр.....demo

На третьем (послепроектном) этапе проектирования осуществляют

авторский надзор за строительством. Для обеспечения качества и повышения ответственности проектных организаций за строящиеся здания и сооружения генеральному проектировщику предоставляется право приостанавливать производство строительно-монтажных работ, выполняемых с нарушением проектных решений и но.....demo

Типовое и индивидуальное проектирование

Различают проекты типовые, индивидуальные, для экспериментального строительства, а также для реконструкции существующих предприятий.

Проект, предназначенный для многократного использования в строительстве одинаковых по назначению объектов (с учетом высоких требований к архитектурно-художественному уровню отдельных зданий и застройки в целом в соответствии с градостроительными задачами), называют **типовым**. Эти проекты обеспечивают сокращение сроков строительства путем использования наиболее экономичных и унифицированных проектных решений, узлов и деталей в соответствии с действующими Строительными нормами и Правилами.

Наиболее опытные специалисты проектных организаций разрабатывают типовые проекты для предприятий, зданий, сооружений и отдельных секций, конструкций, узлов и т.д.

Порядок разработки, согласования, экспертизы, утверждения, применения и отмены типовой проектной документации при проектировании зданий различных типов установлен соответствующей инструкцией по типовому проектированию.

Типовые проекты на стадии рабочей документации со сметами вводятся в действие приказами по проектным организациям, разрабатывающим проекты.

Некоторые типовые проекты распространяют сами организации, выпустившие их (проекты республиканского применения, проекты в системе потребительской кооперации).

При строительстве здания предприятия общественного питания по типовому проекту последний выбирают по паспортам строительного каталога (СК). В паспортах на типовые проекты приводят: область применения (климатический район), основные условия применения (сейсмика, просадочные или вечномёрзлые грунты и т. п.), технико-экономические показатели и состав проекта.

Поскольку типовой проект не может учитывать в полной мере всех местных условий строительства (рельеф местности, уровень грунтовых вод, имеющуюся строительную базу, инженерные сети и т. д.), проектные организации проводят привязку типовых проектов. При привязке типовых проектов к местным условиям строительства выполняют следующие проектные работы: определяют координаты и отметки частей зданий и сооружений; уточняют глубину, размеры заложения, конструктивные решения фундаментов и подземного хозяйства с учетом гидрогеологических условий; дорабатывают конструкции цокольных и подвальных этажей, а также узлов примыкания к зданиям эстакад, тоннелей и других сооружений с учетом рельефа места строительства. Кроме того, составляют проекты узлов примыкания отводов к сетям водоснабжения,

канализации, теплофикации, энергоснабжения и связи, к транспортным устройствам и коммуникациям; уточняют толщину наружных стен или утепляющего слоя ограждающих конструкций; проверяют соответствие несущих конструкций покрытия снеговым и ветровым нагрузкам в районе строительства; определяют количество и типы приборов отопления и вентиляционных устройств, отвечающих климатическим условиям района строительства.

После окончания работ по привязке проекта к конкретной строительной площадке всю проектную документацию передают организации, осуществляющей строительство.

Индивидуальные проекты разрабатывают для одноразового строительства предприятий общественного питания в определенном районе с учетом соблюдения всех установленных требований. Одновременно в них допускаются отдельные незначительные отклонения от Строительных норм и правил, применение нестандартных строительных конструкций, нетипового оборудования, использование местных строительных материалов и т.д. Индивидуальные проекты разрабатывают для строительства крупных объектов многофункционального назначения, а также в случаях, когда невозможно или нецелесообразно использовать типовой проект (ограниченность территории участка, сложившаяся застройка, необходимость строительства с испол.....demo

Проекты для экспериментального строительства предназначаются для проверки в реальных условиях возможности внедрения в массовое строительство новых, отвечающих высоким эксплуатационным требованиям, экономичных проектов предприятий общественного питания, новых приемов объемно-планировочных, технологических, конструктивных решений, инженерногоdemo

Проекты реконструкции разрабатывают для предприятий общественного питания, которые по своему техническому состоянию, оснащению оборудованием, применяемым технологическим процессам и формам обслуживания не соответствуют современным требованиям. В условиях индустриализации общественного питания капитальные вложения будут направляться в первую очередь на реконструкцию и техническое перевооружение д.....demo

Разрабатываемая проектная документация на строительство общественных зданий (в том числе предприятий общественного питания) должна удовлетворять требованиям действующих Строительных норм и правил (СНиП 2.08.02—89 «Общественные здан.....demo

Нормативным документом при проектировании (реконструкции) заготовочных предприятий служат Ведомственные нормы технологического проектирования заготовочных предприятий общественного питания по производству полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий (ВНТП 04—86). В них приведены основные типы заготовочных предприятий, состав и нормы площадей помещений, технологические требования к проектированию цехов по переработке сырья и выпуску полуфабрикатов и готовой продукции, технологические процессы в основных производственных цехах, а также

требования по максимальной механизации работ с использованием функциональных емкостей и средств механизации. Для их перемещения. Проектная организация по желанию заказчика может вносить изменения при проектировании в состав и нормативы площадей объекта, что предварительно отражаю.....demo

Состав и содержание проекта

В соответствии с «Инструкцией о составе, порядке разработки проектно-сметной документации на строительство предприятий, зданий и сооружений» (СНиП 1.02.01—85) проектирование осуществляют в одну или в две стадии. Проектирование предприятий, зданий и сооружений, строительство которых будет проводиться по типовым и повторно применяемым проектам, а также для технически несложных объектов, осуществляют в одну стадию — рабочий проект со сводным сметным расчетом стоимости. Для других объектов строительства, в том числе крупных и сложных, — в две стадии — проект со сводным сметным расчетом стоимости и рабочая документация со сметами.

В целом проект состоит из текстовых материалов (пояснительной записки, расчетов), черте.....demo

В *пояснительной записке* обосновывают принятые архитектурно-планировочные, технологические, конструктивные (строительные) и инженерные (санитарно-технические, электротехнические и др.) решения, приводят основные технико-экономические показатели, характеризующие эффективность проекта.

Чертежи — это графическое изображение принятого архитектурного, технологического и конструктивного решения проектируемого объекта, е.....demo

Сметная документация определяет общую стоимость строительства здания и служит основанием для выделения капитальных вложений, финансирования строительства данного объекта и расчетов между подрядчиком (строительной организацией) и заказчиком за выполняемые работы.

На *первой стадии разработки проекта* решают следующие основные вопросы: обеспечение производства сырьем, материалами, энергией, водой и другими ресурсами; организация транспортных потоков сырья, полуфабрикатов и готовой продукции; специализация и кооперирование производства, связь с сопряженными отраслями народного хозяйства; технологические схемы производства, обеспечивающие высокую производительность труда; организация и экономика производства и применение автоматизированных систем управления; использование территории, отведенной под застройку, и выбор оптимального варианта генерального плана. При разработке проекта сопоставляют также объемно-планировочные, архитектурные и конструктивные решения зданий и сооружений; предусматривают условия для создания научной организации труда; сопоставляют проект организации строительства, рассчитывая продолжительность его осуществления; определяют сметную стоимость строительства и его основные технико-экономические показатели.

Проект включает общую пояснительную записку с кратким изложением содержания проекта, сопоставление вариантов и данных об очередности

строительства, архитектурно-строительную, технологическую, технико-экономическую части и сводный сметный расчет.

Архитектурно-строительная часть содержит: пояснительную записку, в которой приводят общую характеристику объемно-планировочного и конструктивного решения здания; схему генерального плана участка; планы этажей с указанием всех основных размеров помещений; разрезы и фасады здания; конструктивную схему здания; узлы и детали; схемы инженер.....demo

В состав *технологической части* входят: пояснительная записка (основные технологические характеристики предприятия, необходимые обоснования и расчеты); технологические планы помещений с расстановкой технологического оборудования в производственных помещениях, оборудования и мебели в залах и т.д.

Технико-экономическая часть содержит основные технико-экономические показатели и сравнение их с аналогичными данными существующих проектов. Здесь же должны быть приведены данные об источниках снабжения проектируемого объекта водой, электроэнергией, теплом, газом и т. д.

Для определения сметной стоимости строительства составляют локальные сметы по каждой части проекта: технологической, архитектурно-строительной, санитарно-технической, электротехнической и др. Отдельно составляют локальные сметы на монтаж и приобретение технологического оборудования, монтаж технологических трубопроводов и арматуры, монтаж технологических стальных конструк.....demo

Сметная стоимость строительства должна предусматривать все необходимые затраты, в составе которых учитывают средства на проектно-изыскательские работы, включая разработку заданий на проектирование и а.....demo

В целях осуществления контроля за качеством проектирования и внедрением в производство новейших научно-технических достижений, повышения эффективности капитальных вложений проекты и сметы подвергают экспертиз.....demo

На второй стадии в соответствии с утвержденным проектом разрабатывают рабочую документацию (чертежи). В рабочих чертежах уточняют и детализируют предусмотренные проектом решения для производства строительно-монтажных работ.

Комплект рабочих чертежей включает следующие основные Документы: заглавный лист с перечнем чертежей; чертеж генерального плана; архитектурно-строительные чертежи планов этажей, фасадов, разрезов, интерьеров, фундаментов под здание и оборудование, чертежи нетиповых несущих и ограждающих конструкций, узлов, деталей изделий со спецификациями; технологические чертежи планов и разрезов с технологическим, транспортным, энергетическим и другим оборудованием; схемы технологических трубопроводов, сетей и устройств энергоснабжения и электроосвещения, автоматизации, связи и сигнализации, водопровода и канализации, отопления и вентиляции, кондиционирования воздуха,

газоснабжения и др.; чертежи антикоррозионной защиты конструкций, оборудования и коммуникаций; чертежи устройств, связанных с охраной труда; спецификации для заказов оборудования, в том числе нестандартного, приборов, труб, арматуры, кабельных и других изделий; ведомость объемов строительных и монтажных работ по объектам и видам работ.

Рабочая документация (чертежи) экспертизе и утверждению не подлежит. По общим, детализировочным чертежам и спецификациям определяют объемы и стоимость строительно-монтажных работ строящегося объекта. Составленные сметы передают на рассмотрение и согласование генеральной подрядной строительно-монтажной организации. Отмеченные замечания по конструктивным решениям объекта строительства и сводному сметному расчету стоимости строительства устраняются по поручению заказчика проектной организацией.

Разработку проектно-технической документации в одну стадию — рабочий проект со сводным сметным расчетом стоимости — осуществляют для технически несложных объектов или зданий, возводимых по типовым и повторно применяемым экономичным индивидуальным проектам. Для сокращения объема проектного материала в рабочий проект входят только те чертежи и данные, которых нет в типовых и повторно применяемых проектах. Рабочий проект включает рабочие чертежи, пояснительную записку с технико-экономическими показателями, схему генерального плана предприятия, перечень типовых и повторно применяемых проектов, дополнения и изменения в связи с их привязкой и сводную смету. Разработанная проектно-сметная документация должна быть согласована с соответствующими организациями и утверждена, какdemo

16 Оборудование, мебель торгового зала ресторана

Существенную роль в интерьере ресторана играет мебель, которая должна гармонировать с его общим характером, отвечать эстетическим требованиям, предъявляемым к ней как к важному элементу интерьера. Форма мебели, ее цвет, расстановка — все это связывается с архитектурным решением зала, его декор.....demo

Мебель может оказывать определенное воздействие на человека, влиять на характер его отдыха, настроение. Поэтому мебель, особенно ресторанный, прежде всего должна быть удобной. Конструирование современной мебели основано на антропометрии, т. е. на изучении размеров и пропорций человеческого тела с целью создания столов, стульев и других элементов мебелировки обеденных залов, обеспечивающих наибольшие у.....demo

Одно из основных требований к планировке помещений ресторана — четкая организация связи торговых залов с производственными помещениями (раздаточной, сервизной, моечной столовой посуды) и буфетами. Раздаточная, где производится отпуск готовых блюд, может сообщаться с торговым залом двумя арками — проходами: через один официанты выходят на

производство, через другой — входят в зал с полученными блюдами на подносах, не мешая друг другу. Могут быть и другие варианты планировочных решений. Однако во всех без исключения ресторанах должна быть обеспечена удобная взаимосвязь торговых помещений с производством, что способствует ускорению обслуживания посетителей, обеспечивает необходимые удобства в работе официантов и тем самым повышаетdemo

Для оборудования торгового и банкетного залов используется специальная мебель: столы обычные, банкетные и фуршетные, кресла, стулья, подсобные столы для официантов, в которых размещают запас столового белья и приборов для работы, серванты, передвижные сервировочные столики, холодильные шкафы для охл.....demo

К мебели, используемой в ресторанах, предъявляются повышенные требования по сравнению с мебелью, применяемой на других предприятиях общественного питания. Ресторанная мебель должна не только обладать эстетическими достоинствами, достаточной прочностью, легко поддаваться санитарной обработке, но и обеспечивать максимальный комфорт для посетителя, создавая необходимые уд.....demo

Стол. Ресторанные столы отличаются от столов, применяемых на других предприятиях общественного питания, своими размерами, отделкой, характером использования.

Большие размеры крышки ресторанного стола определяются более полной сервировкой, широким и разнообразным ассортиментом блюд. По традиции большой стол, уставленный яствами и напитками, символизирует гостеприимство, изобилие, комфорт. Как показала практика, наиболее приемлемая ширина ресторанного стола — 800—1200 мм. Этого вполне достаточно для сервировки и обеспечения удобства посетителей и.....demo

В ресторанах в основном используются столы круглые диаметром 100 см, квадратные 90 х 90 см и прямоугольные 85 х 120 и 90 х 80. Прямоугольная форма крышки стола удобна и позволяет экономнее использовать площадь обеденного зала. Так, для того чтобы разместить 12 человек, требуется прямоугольный стол длиной 3,6-4,2 м, который займет площадь около 3,5 м², в то время как круглый стол на 12 человек займет около 5,5 м². Кроме того, прямоугольные и квадратные столы можно при необходимости сдвигать в один ряд. В тех ресторанах, где применяют круглые столы, их обычно размещают в центральной части зала, а п.....demo

При сочетании шести- и четырехместных прямоугольных столов можно получить стол на 10 человек. Возможность составления столов в ряды обеспечена их одинаковой шириной иdemo

В большинстве ресторанов столы покрывают скатертями. Но иногда посетителей обслуживают без скатертей. При этом хорошо отделанную, с красивой текстурой крышку стола накрывают небольшими салфетками. Эти два различных вида обслуживания определяются разницей в материалах и конструкции столов. Ресторанные столы, предназначенные для обслуживания со скатертями, как правило, изготавливаются из древесины. Чтобы обеспечить

устойчивое положение предметов сервировки, можно под скатерть надевать чехол из холста на шнурках или резинке, удобный для смены и стирки. Однако применение индивидуальных салфеток вместо общей скатерти более гигиенично и позволяет использовать для покрытия крышек столов эстетически привлекательные д.....demo

К ресторанным столам относятся также банкетные и фуршетные столы. Фуршетный стол несколько выше обычного ресторанный, 1000— 1100 мм, ширина 1200 - 1500 мм. Длина банкетного стола определяется из расчета 60 — 80 см на человека. При организации банкета могут быть использованы квадратные или прямоугольные обычные обеденные столы. Из них составляют банкетный стол необходимых размеров. Ширина банкетного стола 1000 — 1200 мм. Применяются также разборные столы с крышками и складными ножками, которые могут быть использованы для устройства выездных фуршетов и буфетов.

Фуршетные столы применяются в ресторанах главным образом при обслуживании приемов, когда приглашенные едят и пьют стоя. Их можно использовать для.....demo

Фуршетный стол сервируют заранее. Множество блюд с закусками, бутылок с напитками, тарелок, рюмок, фужеров, столовых приборов, которые ставят на стол одновременно, требуют больших, чем у обычного ресторанный стола, размеров крышки. Наиболее целесообразная ширина фуршетного стола — 1200 — 1500 мм. Столы накрывают банкетными скатертями. Стол ставят в длину в зависимости от количества приглашенных из расчета один погонный метр с д.....demo

Кресла и стулья. Ресторанное кресло должно обеспечивать удобное положение человека не только во время еды, но и во время отдыха, беседы. Кресла обычно несколько шире и глубже стульев, но чрезмерная ширина делает их громоздкими и неэкономичными, особенно в залах, где используются прямоугольные столы, — слишком широкие кресла могут не соответствовать длине стола. Квадратные столы дают большую возможность для применения широких кресел, так как ширина кресла при всех условиях будет меньше ширины стола.

Ресторанные полукресла отличаются от кресел меньшими габаритами. Однако, несмотря на определенную экономию места, которую дают полукресла, следует помнить, что достигается это за счет некоторого снижения комфорта. Чтобы не затруднять работу официанта, высота спинки стула или кресла не должна.....demo

В ресторанах с большими площадями залов рекомендуется применять диваны. Их размещают у стен или в центре, образуя изолированные ложи. Как правило, в ресторанах подбор столов и кресел к ним зависит от художественного решения интерьера. Лучше всего, когда каркасы столов и стульев (кресел) из одного материала, одинаково обработанного и окрашенного. На практике в ресторанах чаще всего применяют деревянные столы (при обслуживании со скатертями) в сочетании с креслами на металлическом основании.

К большим ресторанным столам, накрываемым скатертями, не следует ставить малогабаритные стулья, они кажутся чересчур миниатю.....demo

Подсобные столы применяются для подготовки блюд к подаче; на них также ставят использованную посуду. Как правило, они изготавливаются из такого же материала, что и обеденные столы в зале. Высота этих столов должна соответствовать высоте обеденных столов, длина и ширина 500 х.....demo

Передвижные сервировочные столики предназначены для транспортировки блюд к обеденному столу. Монтируются они на двух, трех или четырех колесах. Есть сервировочные столики со съемными металлическими крышками-подносами. Сервировочные столики могут быть с электроподогревом. Оптимальн.....demo

Серванты (шкафы официантов) предназначены для запаса столовых приборов, столового белья и т. п. Верхняя крышка серванта, оклеенная пластиком (иногда с дополнительной откидывающейся доской), выполняет функции сервировочного стола. Отделка серванта должна соответствовать оформлению мебели в зале. Предпочтительнее скромная, сдержанная отделка, цвета покрытия обеденных столов в зале (скатерти, пластика, древесины).

Размещают серванты чаще всего в простенках, у колонн и т. д. В небольших залах иногда применяют с.....demo

В ресторане обычно организуют буфеты: основной, кофейный. Вся продукция из буфетов отпускаетсяdemo

Основной буфет оборудуют для отпуска винно-водочных изделий, воды, пива, фруктов, кондитерских и табачных изделий. Этот буфет обычно располагают в смежном с торговым залом помещении, состоящем из двух отделений: одного для отпуска продукции и другого — подсобного, для хранения товаров. В первом оборудуют прилавок с витриной для показа буфетной продукции. На прилавке должны быть также циферблатные весы и горка с мензурками для.....demo

В буфете должен быть холодильный шкаф с несколькими полками, где поддерживается требующийся температурный режим для хранения напитков, которые при подаче должны иметь различную температуру (шампанское — 5—6°, безалкогольные напитки — 10—12°). В буфетах больших ресторанов для хранения крупных партий товаров, кроме холодильных шкафов, оборудуют холодильные камеры. Раковину оборудуют с подводкой холодной и горячей воды.

Кофейный буфет предназначен для приготовления и отпуска кофе, а также других горячих напитков — чая, какао, шоколада. Основное оборудование этого буфета — эспрессо-кофеварка, кофемолка, электроплита, кипятильник для приготовления чая и холодильный шкаф для молока, сливок и охлажден.....demo

Кофейный буфет может быть совмещен с хлеборезкой. Буфет-хлеборезка предназначен для подготовки и отпуска хлеба различных видов. Для резки хлеба используется хлеборезальная машина или рычажный нож. Запасы хлеба хранят в шкафах со стеллажами. Рабочее место хлеборезчика

оборудуется также столом, весами и инвентарем: хлебрезными досками, ножами, бруском для точки ножей, щипцами, двухрожковыми вилками, совком и щетк.....demo

Существуют определенные правила нарезки хлеба. Его нарезают ломтиками весом 40 — 50 г и перед отпуском укладывают на пирожковые тарелки мякишем влево. Для фуршетов каждый ломтик хлеба еще раз разрезают пополам и рядами укладывают на мелкие тарелки. В буфете желательно иметь тостер. Национальные виды хлеба нарезают и укладывают иначе: калачи подают целиком или разрезанными пополам, узбекские лепешки — в целом виде и т. д.

Сервизная — помещение для хранения и отпуска официантам столовой посуды и приборов. Сервизную, как правило, оборудуют рядом с моечной, где посуда и приборы подверг.....demo

Основное оборудование сервизной — шкафы и стеллажи с полками, где хранятся посуда и приборы. Удобны сервизные с подвесными полками для хранения стеклянной и фарфоровой посуды и приборов, применяемые в зарубежных, например финских, ресторанах. Предметы сервировки хранят в сервизных в установленном порядке. Так, столовые приборы хранят в ящиках с гнездами отдельно для ножей, вилок, ложек; для различных видов посуды специально отве.....demo

Порядок отпуска посуды зависит от характера работы ресторана. В небольших ресторанах из сервизной отпускается также сто.....demo

Эстетические требования предъявляются к мебели для достижения гармоничного сочетания в ней красивых, удобных, целесообразных, простых и лаконичных форм. Эстетичность мебели и её современность определяются функциональным совершенством, единством формы, конструкции, материала и технологии и зависит от отделки, которая обеспечивает целостность восприятия ф.....demo

17 Разработка концепции ресторана

Концепция — это техническое задание, или пошаговая инструкция создания вашего ресторана как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих. Разработать детальную концепцию ресторана — значит еще раз проверить состоятельность ресторанной идеи, сформировать целостное представление о деятельности всех ресторанных служб. Оформленная концепция позволяет получить на выходе именно тот продукт в виде готового ресторана, который задуман. Концепция позволяет координировать работу всех участников процесса создания ресторана — от проектировщиков до дизайнеров и.....demo

Как правило, концепция содержит следующие части:

Вводная часть

В ней дается общее описание идеи ресторана.

Название ресторана (нейминг)

Обычно же в этом разделе дается описание требований к будущему названию, которые могут являться техническим заданием для креативной команды, которой вы поручите его разработку. При этом, в некоторых случаях название уже может

быть разработано и вк.....demo

Посетители ресторана

Определяются целевые группы посетителей.

Внешнее оформление и дизайн интерьера

Рекомендации (требования) по внешнему оформлению ресторана – фасаду и прилегающей территории для дальнейшей реализации дизайнером. Излагаются требования к стилю, описывается какую атмосферу должен поддерживать интерьер и какое настроение должно создаваться на подходе к ресторану. По возможности, этот пункт снабжается иллюстративным материалом. Мебель и посуда также относится к компетенции дизайнера. Этот раздел, вместе с 1, 2 и 3 служит техническим заданием для.....demo

Меню

В этом разделе предлагается общее направление кухни (например, средиземноморская). Определяется приблизительное количество блюд в каждой категории; предлагается структура меню – разделы фирменных блюд (и, примерно, какого типа), детское меню, вегетарианское меню и т.п. Разрабатывается ценовая политика. Рассчи.....demo

Обслуживание

Определяется в первую очередь уровень и особенности обслуживания, которые могут быть востребованы в организуемом ресторане (официанты, шведский стол, линия раздачи, у барной стойки, выбор продуктов клиентом для приготовления, приготовление блюд непосредственно в зале рядомdemo

Персонал и зарплаты

Делается расчет количества персонала и ориентировочные зарплаты. Кроме того, в общем виде указываются квалификационные требования к работникам. Предлагаются оптимальные технологииdemo

Оборудование для кухни

Рассчитывается примерное количество и состав необходимого оборудования, даются рекомендации по маркам. Делается расчет п.....demo

Мебель и посуда

Рассчитывается количество, номенклатура необходимых мебели и посуды, а также определяется их ценовая категория и об.....demo

Дополнительные услуги

Под дополнительными услугами понимаем такие явления, как бизнес-ланчи, завтраки, организацию детских игровых комнат и другие. Предлагается не только перечень услуг, но и рекомендации по составу каждой услуги, примерная технология внедр.....demo

Привлечение клиентов

Даются общие рекомендации и принципы. Фактически, предлагается рекламно-маркетинговая стратегия ресторана. Разрабатывается состав и перечень мероприятий. Даются рекомендации по использованию тех или иных каналов распространения информации и рекламоносителей. Формируется ориентировочный бюджет на проведен.....demo

Концепция раскрывает ресторанный идею, описывает все составляющие деятельности ресторана, фактически является подробнейшим техническим

заданием на разработку технологических цепочек, дизайнерских решений, торговой марки, стратегии позиционирования, меню, маркетинговых и рекламных программ по привлечению и удержанию клиентов и других соста.....demo

Концепция ресторана должна быть сформулирована в письменном виде. Это достаточно объемный, многостраничный документ, базирующийся на данных маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования как независимый объективный источник, подтверждают или опровергают актуальность имеющейся идеи ресторана в конкретном месте в конкретное время, в конкретном ценовом сегменте. Определяют контингент (сегменты) посетителей, которых можно привлечь к посещению ресторана в рамках существующей идеи; проверяют соответствие представлений авторов идеи и потенциальных посетителей.

Таким образом, детальной разработке концепции ресторана, должны предшествоватьdemo

Концепция - это техническое задание, или пошаговая инструкция создания вашего ресторана как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих. Разработать детальную концепцию ресторана - значит еще раз проверить состоятельность ресторанной идеи, сформировать целостное представление о деятельности всех ресторанных служб. Оформленная концепция позволяет получить на выходе именно тот продукт в виде готового ресторана, который задуман. Концепция позволяет координировать работу всех участников процесса создания ресторана - от проектировщиков до дизайнеров и поставщиков оборудования.

Принципиально важно, чтобы подробно расписанная концепция ресторана была при организации сети ресторанов. Если в дальнейшем вы будете тиражировать вашу ресторанную идею скажем на условиях франшизы, очень важно ввести в концепцию некие универсальные идеи и решения для открытия бизнеса в другом месте другими людьми. В этом случае необходимо подробнейшим образом расписать технологические цепочки и принципы организации каждого нового ресторана для обеспечения единого стандарта качества обслуживания, определения общих для всей сети элементов оформления, меню, требований к персоналу, принципов выбора места расположения и механизмов контроля за соблюдением требований.

Создание концепции позволяет рассматривать ресторан с точки зрения единой маркетинговой системы, осуществляющей продажи, где все системы ресторана выполнены в соответствии с единой стратегией, определяемой концепцией. Разработку концепции ресторана можно провести как самостоятельно, так и поручив это экспертам из консалтинговой компании. В этом случае, стоимость концепции - от \$1000 и определяется степенью подробности документа, исходной идеей ресторана, конкретными условиями открытия.

.....demo

Бывают ситуации, когда разработанная концепция ресторана по итогам ее воплощения себя не оправдала, или через какое-то время просто устарела. Такое

возможно, если ресторан изначально ориентировался на модные в то время тенденции спроса и выстраивал свою деятельность ориентируясь именно на них. Обычно, в таких случаях в стратегии развития ресторана предусматривается возможность таких изменений и разрабатывается вариант дальнейшего развития ресторана как бизнеса. Может быть предусмотрена смена концепции, продажа ресторана, закрытие ресторана, специальные мероприятия по продвижению ресторана в кругах "верных" настоящей концепции клиентов и т.д. Конечно, такое предвидение встречается далеко не всегда. И когда посещаемость ресторана начинает падать или он так и не выходит на запланированные мощности, приходится разбираться, в чем же собственно дело и как поступать в дальнейшем. Иногда смена концепции - единственное решение, позволяющее ресторану остаться на плаву. В определенном смысле, это будет уже другой ресторан. В него будет заложена новая идея, под нее разработана новая концепция. Иногда кроме места расположения от ресторана мало что остается. И в этом существенная проблема. Успешный или не успешный был ресторан, он уже стал известен определенному кругу потенциальных посетителей. Те, кто в нем побывал, или слышал о его существовании, имеют определенные представления о нем. В любом случае, имидж, или даже "ореол" предыдущего ресторана достаточно долгое время будет преследовать и новую концепцию ресторана.

В некоторых случаях все может обходиться не так болезненно, как при полной смене концепции ресторана. Бывает и более мягкая ситуация. Например, в качестве идеи ресторана выбраны достаточно интересная тема. Но исполнение оставляет желать лучшего. Иначе говоря, создается впечатление, что различные составляющие концепции ресторана делались абсолютно без всякого плана, не имели оформленной концепции заведения. В результате можно наблюдать бросающуюся в глаза дисгармонию таких элементов, как наружное и внутреннее оформление, музыкальные программы явно не соответствуют стилю и духу заведения. Такое встречается. Уже не так часто, чем даже лет пять назад, но, к сожалению,demo

Подобная дисгармония чаще всего сильно раздражает посетителей и они либо уходят из ресторана, либо он так и не успевает выйти даже на точку самоокупаемости.

В этом случае существует вероятность, что концепция просто не "разработана" должным образом. То есть, идея ресторана была реализована с серьезными отступлениями от традиционных представлений потенциальных посетителей ресторана о том, как собственно все должно в таком ресторане выглядеть и происходить. Эта проблема чаще всего бывает разрешима внесением относительно косметических изменений. Возможно нужно изменить уровень обслуживания, иногда интерьер вводит свою часть проблем, любые, даже на первый взгляд незначимые детали могут выступать мощным фактором дестабилизации внутренней притягательности атмосферы ресторана. А на практике это означает потерянных клиентов и упущенную выгоду.

В итоге, мы приходим к тому, что для того, чтобы что-то изменить, нужно предварительно выяснить, что собственно нужно менять. Речь идет о проведении

диагностики деятельности ресторана. Исследуются практически все составляющие и отношение к ним посетителей ресторана. Исследуется цена, качество блюд, обслуживание, оформление, музыкальные программы, структура управления персоналом, атмосфера ресторана. В некоторых случаях нет необходимости в проведении масштабных исследований. Иногда проблемы ресторана эксперт-консультант может выявить в течение одного посещения. Опять же проблема в том, что для подтверждения рабочей гипотезы (а это именно гипотеза эксперта о наличии проблем именно в данном секторе ресторанной деятельности) может понадобиться объективная информация, которую может дать только маркетинговая диагностика деятельности ресторана в соответствии с наиболее подходящими в конкретном случае методиками. Безусловно, можно положиться на опыт эксперта-консультанта, тем более, что опытный специалист ошибается редко, но в любом случае, выбор метода и ответственно.....demo

В случае доработки концепции и приведении составляющих деятельности ресторана к некоему единому знаменателю время всегда работает против ресторана. Предположим, ваша деятельность претерпела значительные изменения и несомненно улучшилась. Ресторан приобрел "свое лицо", законченный вид и готов предстать перед своими клиентами действительно с лучшей стороны. Но проблема заключается в том, чтобы старые и возможно уже потерянные посетители поверили, в то, что изменения действительно произошли, чтобы, посетители заходившие в ресторан, или наслышанные о нем со вполне определенной стороны, убедились, что теперь все иначе и лучшего места для времяпрепровождения и желать нельзя. Это может произойти так или иначе при посещении ими ресторана. Понятно, что такой процесс затягивать нельзя, тем более что ресурсы и в первую очередь финансовые могут заканчиваться (есть такая особенность - обращаться к консультантам, когда все средства на исходе). Желательно заявить о своем возрождении мощно и в течение сжатого промежутка времени. Например, проведя презентацию, пригласив на нее представителей СМИ, интернет-изданий (во многом, например превосходящих прессу по такому сегменту рынка, как рестораны) и других людей, которые могут принести определенную пользу.....demo

Можно пойти несколько иным путем. Можно придумать некую изюминку для вашего ресторана. Причем, настолько сильную, чтобы о ней написали, о ней говорили. К тому же, в дальнейшем, она достаточно долго может продолжать работать на вас, привлекая все новых клиентов. До тех пор, пока не наступит насыщение, ка.....demo

В любом случае, если вы хотите, чтобы новый имидж ресторана заработал как можно быстрее, необходимо активно внедрять его в сознание ваших будущих посетителей.

18 Управл.....demo

Управление персоналом (англ. *Human Resource Management, HRM*) — область знаний и практической деятельности, направленная на обеспечение

организации «качественным» персоналом (способным выполнять возложенные на него трудовые функции) и оптимальное его использование. Оптимальное использование персонала с точки зрения «управления персоналом» достигается за счёт выявления положительных и отрицательных мотивов индивидуумов и групп в организации и соответствующего стимулирования положительных мотивов и «погашения» отрицательных мотивов, а также ана.....demo

Управление персоналом включает в себя:

I. Поиск и адаптацию персонала:

Поиск персонала

Знакомство с компанией, правилами, оргструктурой, порядком взаимодей...demo

II. Оперативную работу с персоналом:

Обучение и развитие персонала

Оперативная оценка персонала

Управление бизнес-коммуникациями

Мотивацию персонала и его оплату

Организацию труда

III. Стратегическую (только долгосрочную) работу с персоналом:

Управление корпоративной культурой

Управление персоналом — одна из важнейших составляющих частей современного ме.....demo

Современное управление персоналом — это система идей и приемов эффективного построения и управления организациями и проектами, при наличии соответствующих контроллинговых систем. Например, системы менеджмента качества, системы (мульти-)проектногоdemo

Деятельность по управлению персоналом — целенаправленное воздействие на человеческую составляющую организации, ориентированное на приведение в соответствие возможностей персонала и целей, стратегий, условий разв.....demo

К основным методам управления персоналом относят:

Экономические методы — приемы и способы воздействия на исполнителей с помощью конкретного соизмерения затрат и результатов (материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость.....demo

Организационно-распорядительные методы — методы прямого воздействия, носящие директивный и обязательный характер. Они основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении, нормативно-документальном зак.....demo

Социально-психологические методы (мотивация, моральное поощрение, социальное планирование.....demo

При этом необходимо отметить краткосрочность эффективности «негативного» мотив.....demo

Эффективность систем оперативного управления персоналом, если используется системный подход, определяется при соответствующем взаимодействии с менеджментом, ответственным за контроллинговую функцию в организации. В общем можно отметить низкую эффективность воздействий на

персонал при отсутствии соответствующих систем менеджмента. Например, эффективность воздействий на персонал с целью повышения качества производимой продукции или услуги будет низка, если в организации отсутствует система менеджмента качества. То же касается и эффективного управления проектами и др. видов деятельности. С другой же стороны недостатки и проблемы систем менеджмента легче обнаруживаются и устраняются с помощью грамотного операти.....demo

Специалист по работе с персоналом — *HR-менеджер* (специалист по кадрам). Предприятия иногда передают рутинные функции по управлению персоналом специализированным кадровым агентствам. Например, могут передаваться кадровым агентствам функции, связанные с приёмом сотрудников на работу. Активно развивается деятельность кадровых агентств по оперативной работе управления персоналом в организации. Однако стратегические вопросы управления персоналом остаются в ведении.....demo

19 Требования к персоналу

В соответствии с п. 4.1. ГОСТ Р 50935-2007 "Услуги общественного питания. Требования к персоналу" персонал предприятий общественного питания подразделяют на обслуживающий, производственный и административный.

При установлении требований к персоналу учитывают следующие критерии оценки:

- уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе теоретические знанияdemo
- способность к организации деятельности предприятий общественного питания и руководству персоналом (для директора (управляющего, менеджера, заведующего) предприятия, заведующего производством, начальника цеха, ме.....demo
- знание и соблюдение профессиональной этики;
- знание нормативных и руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности.

Персонал предприятий общественного питания всех типов и классов независимо от форм собственности должен проходить инструктаж с целью ознакомления с правилами внутреннего распорядка и организацией работы предприятия и правилами оказания услуг общественного питания.

Функциональные обязанности, права и квалификационные требования к персоналу должны быть зафиксированы в персонифицированных должностных инструкциях, утвержденных руководителем организации.

Должностные инструкции персонала разрабатывает администрация организации, исходя из требований настоящего стандарта, стандартов организаций, квалификационных характеристик работ и профессий, должностей руководителей и специалистов с учетом особенностей работы каждого предприятия и требований д.....demo

Администрация организации общественного питания должна

систематически организовывать мероприятия по совершенствованию знаний, повышению квалификации и профессионального мастерства персонала на основе его теоретической подготовки и практических навыков.

Персонал предприятия общественного питания должен обеспечивать безопасность жизни и здоровья потребителей, а также сохранность их имущества при пребывании на предприятии. Весь персонал должен проходить подготовку по б.....demo

К персоналу предприятий общественного питания всех типов и классов предъявляют следующие общиеdemo

- знание и соблюдение должностных инструкций и правил внутреннего распорядка предприятия (орг.....demo
- соблюдение требований санитарии, правил личной гигиены и гигиены рабочего места;
- знание и соблюдение мер пожарной безопасности, правил охраны труда и техник.....demo
- знание требований нормативных и технических документов на услуги общественного питания, в том числе на продукцию общественного питания;
- владение профессиональной.....demo
- повышение квалификации работников (не реже одного раза в пять...demo

20 Тренинг в ресторанном бизнесе

В ресторанном бизнесе на единицу времени стало происходить куда как больше событий, чем это было еще совсем недавно. Открываются и закрываются предприятия питания, увеличивается число заведений, принявших решение о ребрендинге, да и нововведения в жизни каждого отдельно взятого ресторана - будь то переход на более совершенную систему автоматизации или обновление меню, - все эти факторы предполагают быстрое и адекватное реагирование. Далеко не всегда персонал может сиюминутно изменить вектор приложения профессиональных навыков, и за так называемый "переходный период" владелец бизнеса терпит убытки. Впрочем, существует действенный метод, позволяющий помочь администраторам, менеджерам, официантам свести время, отведенное на ознакомительный проц.....demo

Одними из первых в не домашнем питании бизнес-тренинги были взяты на вооружение в больших фаст-фудовских империях США, например, том же McDonald's. Оттуда они получили довольно широкое распространение и на запад, и на восток, но опять-таки, исключительно в контексте конвейерных заведений, проповедующих религию быстрой еды. Идея, лежащая в основе тех тренингов заключалась в принятии правил неукоснительного соблюдения корпоративных стандартов. Годами позже само понятие тренинга видоизменилось, под ним стали подразумевать активное социально-психологическое обучение, направленное на формирование каких-либо навыков. В контексте ресторанного бизнеса речь может идти, прежде всего, о навыках безупречного обслуживания, которые включают навыки клиентоориентированны.....demo

Тренинг дает рестораторам возможность усилить мотивацию официантов,

барменов, администраторов, менеджеров и диагностировать проблемные зоны подразделений или организации в целом. Участники же получают шанс увидеть свою модель поведения со стороны, поэкспериментировать с ней, расширить поведенческий репертуар, - и это непременно скажется на их профессионализме. На тренингах они узнают, как эффективнее вступать в контакт с гостем, правильно задавать вопросы с целью выяснения его гастрономических или алкогольных предпочтений, рассказывать о предложениях ресторана, в том числе, не относящихся к данному визиту, - например, завтраках, бизнес-ланчах, вечеринках. Работники научатся отвечать на вопросы по меню, винной или коктейльной картам, алкогольному листу, "держаться" возражения посетителя, а также завершать контакт с ним так, чтобы он еще раз з.....demo

Наверное, не осталось ресторанов, чьи директора, управляющие или шеф-повара, хотя бы раз не пробовали провести бизнес-тренинг самостоятельно. С первого взгляда кажется, что если кто-то прекрасно ориентируется, например, в меню, то лучше него никто не сможет донести до персонала все особенности блюд, нюансы, оттенки, тона и полутона. Это справедливо, но лишь отчасти, чтобы дать посетителю представление о том, чем одно блюдо лучше другого, надо знать не только входящие в него ингредиенты, но и эти самые преимущества, а также уметь ответить на любой вопрос гостя грамотно, понятно и побудительно к заказу. Всем этим хитростям вряд ли сможет обучить не специалист. Дело даже не в отсутствии, скажем, у шеф-повара, психологического образования, - тренер не обязательно должен быть психологом, потому что психологи, подчас, уделяют слишком большое внимания личностным проблемам участников, что идет в разрез с основной задачей любого обучения, - дело, скорее, в отсутствии ум.....demo

Когда у ресторатора появляется мысль о необходимости проведения тренинга продаж, это не значит, что в его заведении с продажами дела обстоят совсем плачевно. Скорее наоборот, он внимателен к своему бизнесу, и выбирает один из двух верных путей: либо - зафиксировать стабильность оборота ресторана, либо - намного чаще, - видит потенциал, и стремится использовать его по максимуму. Третий из основных мотивов, лежащих в основе решения о проведении тренинга продаж - обучение только что набранного штата официантов или других работников ресторана. Близкий по своей сути, но все же иной,demo

Если в ресторане не проводить тренинги презентации меню, то официанты не будут знать, что отвечать на вопросы гостей, а потому станут выдавать им не совсем верную (или совсем не верную) информацию. Подобное упущение очень часто лежит в основе явления, называющегося на языке тренеров "синдромом одной сделки", то есть, клиент, получив от обслуживающего персонала не соответствующие действительности рекомендации по тому или иному блюду, скорее всего, для заведения окажется потерянным навсегда. Так стоит ли вкладывать деньги в создание и поддержание имиджа ресторана, в его промоушен, в создание программ лояльности, если первый же гость может получить негативное впечатление из-за низкой осведомленности обслуживающего его официанта? И наоборот, средства, затраченные на

проведение тренинга презентации меню, будут возвращаться в течение довольно длительного времени, - фактически, пока не пр.....demo

Конечно, тренинги не дешевы, и с их стоимостью приходится мириться (именно по этой причине перед проведением тренинга рекомендуется диагностика его необходимости). Вместе с тем, в ресторанном бизнесе, как и во всей индустрии гостеприимства, где от уровня обслуживания зависит едва ли не больше, чем от всего остального, вместе взятого, они по настоящему эффективны. Расходы же на их проведение - не издержки, а стратегические инвестиции в завтрашний и послезавтрашний день ресторана. Если заведение небольшое, и не имеет финансовой возможности заказать тренинг, его владелец может обратиться в соответствующую фирму за консультацией (для себя или своего специалиста, скажем, менеджера по персоналу) по самостоятельному проведению обучения. Подобного рода компании ежеквартально устраивают обучающие семинары, важно толь.....demo

Каждый руководитель решает сам, что для его предприятия предпочтительней - держать бизнес-тренера в штате (вменить соответствующие функции в обязанности менеджера по персоналу можно лишь в самом крайнем случае) или пользоваться услугами внешнего тренера. И в том, и в другом случае будут свои плюсы и минусы. Крайне важно учесть, что внешний тренер, как правило, проводит какой-либо один вид тренинга, но для всех возможных отраслей бизнеса, скажем, ему все равно продажам чего обучать - блюд в ресторане или материалов для выхлопных труб грузовых машин. Безусловно, качество обучения в этом случае будет на порядок выше, чем, если вы будете выстраивать весь процесс своими силами или силами работников отдела кадров вашего ресторана. При всей предполагаемой в них компетенции они являются членами того же коллектива, а это в большинстве случаев мешает объективно оценить ситуацию и может привести к искажению результатов, - ведь не всегда они готовы посвящать свое руководст.....demo

Обычно приглашение внешнего тренера начинается с предварительных переговоров, которые позволяют ресторатору убедиться в его компетенции, а тренеру выяснить, зачем, кого и чему конкретно здесь нужно обучать, а также - нужно ли вообще. Для этого квалифицированный специалист предложит провести ознакомительный этап - диагностику потребностей в тренинге ваших сотрудников. Плюс подобного действия в том, что оно позволяет определить, насколько то, что менеджеры, администраторы, официанты делают, отличается от того, что они должны делать, чтобы работать более успешно. В идеале, все, происходящее после подписания договора, должно быть направленоdemo

Следующим этапом принято считать сам тренинг, за его основу берется стремление к улучшению обслуживания посетителей. Менеджеры, официанты, бармены, администраторы, работающие на одном предприятии и прямо или косвенно занятые в продажах, не всегда владеют едиными стандартами начала разговора, представления ресторана (меню, винной карты); часто игнорируют этапы установления контактов с гостями; недостаточно управляют беседой, предпочитая отдавать инициативу клиенту. Собственно, на повышение

коммуникативной компетенции и направлено обучение, а также на формирование профессиональных навыков или на усовершенствование имеющихся, которые, благодаря приобретенным на тренинге знаниям, выводятся на уровень автоматического применения. В итоге - у вашего персонала появляется и мотивация, и качествен.....demo

По прошествии обучения каждый уважающий себя бизнес-тренер непременно отчитается о проделанной работе, а также научит измерять результат тренинга, - в буквальном смысле это не всегда возможно в связи с частой опосредованностью его влияния на улучшение финансовых показателей работы ресторана. Вместе с тем, в большинстве случаев чтобы увидеть этот результат, достаточно измерить разницу между поставленной задачей и настоящей ситуацией. Также тренер поделится своими соображения по поводу организации дальнейшего обучения, которым не стоит пренебрегать. Посттренинговое сопровождение, то есть, мониторинг деятельности персонала покажет, насколько полно работники используют полученные во время тренинга профессиональные модели поведения (измерения, как правило, проводят спустя месяц, а затем спустя три месяца). Тогда, при условии проведения регулярного поддерживающего обучения (его технологии будут переданы тренером), можно будет оценить изменение уровня сервиса официантов, барменов, администраторов, их поведение в коллективе, качественные и количественные показатели их.....demo

Специалистами рекомендуется проведение не менее двух-трех тренингов в год, остальное зависит от уровня и потребностей ресторана. Несомненно, обучение должно строиться программно, а ресторан не должен менять тренеров, иначе в процессе разработки программ возможны накладки и не состыковки. Наряду с большими тренингами продаж и (или) презентации меню, следует предусмотреть другие обучающие мероприятия, например, мини-тренинги (их программу также разработает для ва.....demo

В идеале, программа обучения ресторанного персонала должна быть многоуровневой и состоять из целого ряда тренингов. Цель тренинга "Алгоритм продаж" (для начинающих менеджеров, администраторов, официантов) - ознакомление с основными этапами продаж, приобретение необходимых для них умений, формирование мотивации на профессиональное и личностное развитие в этой области. Также неплохо провести дополнительный модуль этого тренинга - обучение технике работы с клиентами различных психологических типов. Тренинг "Презентация меню" нацелен на эффективное продвижение гастрономических или алкогольных предложений ресторана. В цикл личностных тренингов входят тренинги профессиональной уверенности, креативности, коммуникативной компетенции - трех составляющих, незаменимых для успешности работника сферы обслуживания. Ну и, наконец, программа, без которой этого работника становится все сложнее удержать на работе.....demo

На разных этапах перед рестораторами стоят задачи, как подобрать персонал, сделать, чтобы он выполнял поставленные задачи и удержать его. Методы введения всевозможных бонусов, увеличения заработной платы и прочие

"радости" сотрудников, как правило, лишь разжигают их аппетиты, зачастую, не избавляя службы персонала от необходимости в срочном порядке затыкать дыры из-за внезапно уволившегося (или загулявшего) работника. Тренинг командообразования способен если не избавить ресторан от частой смены обслуживающего персонала, то уж, во всяком случае, значительно эту частоту сократить. Конечно, он не может разрешить те ситуации, причины которых заключаются в дефицитах системы управления, особенностях внутрикорпоративных коммуникаций, недостаточности материальных ресурсов, - однако, может п.....demo

21 Изучение спроса населения

Одно из важных условий повышения культуры обслуживания населения — наиболее полное удовлетворение спроса посетителей предприятий общественного питания. Поэтому необходимо повседневно изучать спрос, чтобы добиваться отличного качества приготовления блюд. Особенно это важно для правильного определения ассортимента и количества блюд в меню. Предприятиям общественного питания рекомендуется изучать: реализованный, т. е. удовлетворенный спрос посетителей; неудовлетворенный спрос, возникающий из-за отсутствия в продаже требуемых блюд, кулинарных изделий и т. д.; формирующийся спрос, который еще четко не выражен. Для изучения спроса могут при.....demo

Для изучения реализованного спроса целесообразно использовать отчетные данные о ежедневной реализации блюд. Анализ этих данных позволяет определить, какие блюда и кулинарные изделия предпочитают посетители, и учитывать это при составлении меню на следующие дни. Иногда для изучения реализованного спроса применяют метод почасовой регистрации продажи блюд. При этом учет реализации блюд ведется по широкому ассортименту закусок, блюд и кулинарных изделий. Результаты наблюдений отмечаются.....demo

Для изучения неудовлетворенного спроса целесообразно применять метод анкетных опросов. Опросы населения с помощью анкеты можно проводить непосредственно на предприятиях общественного питания (анкеты раскладывать на столах), специальными работникамиdemo

Обычно анкета состоит из трех частей, в первой объясняется цель опроса и правила заполнения анкеты; вторая содержит вопросы о качестве блюд, формах обслуживания и т. п.; третья — сведения о посетителе (столовой, ресторана), который заполняет анкету. Вопросов в анкете должно быть не больше 5—7. Обращение, формулировка — вежливыми, доступными. Ответы посетителей и.....demo

Эффективный метод изучения спроса — беседы работников предприятий с посетителями в торговом зале. Во время беседы работники ресторана, кафе могут установить причины, по которым посетители предпочитают те или иные блюда, выслушивают их замечания и предложения по ассортименту и качеству блюд и кулинарных изделий. Это дает им возможность строить свою работу в

дальнейшем с учетом.....demo

Многие предприятия общественного питания проводят потребительские конференции. Они организуются на предприятиях с постоянным контингентом посетителей и могут быть очными и заочными. Обычно конференции проводятся по ограниченному кругу вопросов: повышение культуры обслуживания, ассортимент и качество блюд и т. п. Заочные конференции рекомендуются проводить.....demo

В определенный день на столах раскладывают листки с вопросами, в которых администрация просит посетителей дать отзыв о работе ресторана, столовой, внести предложения по улучшению качества пищи, предложить мероприятия для повышения культуры обслуживания. На оборотной стороне листка посетители отвечают на вопросы. Заполненные листки опускают в ящик или передают р.....demo

Администрация, собрав листки, группирует их по следующим вопросам: ассортимент блюд; качество пищи; культура обслуживания — и обобщает предложения посетителей. Итоги заочной конференции рассматриваются на общем производственном совещании. По каждому предложению посетителя принимаютсяdemo

Для изучения формирующегося спроса в общественном питании используются выставки и выставки-продажи блюд, кулинарных изделий, дегустация блюд. Эти мероприятия позволяют выяснить отношение посетителей к новым блюдам, различным полуфабрикатам. Так, предприятия общественного питания изучают спрос на блюда из морских рыб, гребешков, мидий, трепангов, на замороженные блюда, на блюда из ово.....demo

Продуманное, тщательно разработанное изучение спроса населения необходимо и для организации рекламы. Изучение спроса позволяет правильно определить направление рекламы, подсказывает темы рекламных объявлений, и.....demo

22 Реклама

В современном ресторане реклама предлагает посетителям различные услуги, цель которых — повышение культуры обс.....demo

Основное внимание при организации рекламных мероприятий следует обращать на идейное содержание, правдивость, убедительность, конкретность рекламы, простоту и доходчивость ее форм. Кроме того, реклама должна быть динамичной, оперативной, поэтому необходимо использовать современные средства массовой информации — радио иdemo

Основные виды рекламы ресторана — печатная, газосветная, витринная, радио- и телевизионная.....demo

Печатная реклама (объявление, листовка-вкладыш, памятка, праздничный плакат, оформление меню, счетов официантов) — самый эффективный и действенный вид рекламы. Она не требует больших затрат, проста, воздействует на человека непосредственно содержанием и формой. Среди разнообразных

видов печатной рекламы один из главных — реклама в меню, которое служит визитной карточкой ресторана. Обложка, художественное оформление меню должны быть органически связаны с общим стилем ресторана. Меню может быть украшено рисунком, эмблемой предприятия, цветным шнурком, лентой,.....demo

Развитие печатной рекламы обуславливается экономической целесообразностью. Ведь каждый посетитель непременно знакомится с содержанием меню, а объявления в газетах и журналах распространяются в миллионных тиражах, что обеспечивает возможность воздействия на ш.....demo

Наиболее эффективны объявления на определенную тему, написанные литературным языком и содержащие конкретную информацию (особенности кухни, фирменные блюда и т. п.). Например, население оповещается о том, что можно купить или заказать в домашних кухнях, с подробным перечнем ассортимента.....demo

Все большее распространение получает *газосветная реклама*. Этот вид рекламы, помимо воздействия на посетителей, имеет важное значение и как средство украшения фасада ресторана и города в целом. Используя естественный фон вечернего и ночного неба, газосветная реклама должна отличаться яркостью, изяществом шрифта, гармонично вписываться в общий ансамбль.....demo

Чтобы менять яркость света, можно рекомендовать установку реостата на газосветной вывеске. При этом постепенно полностью гаснут буквы и фирменный знак ресторана, а потом медленно все ярче и ярче разгораются. Иногда используют метод «самопишущихся» газосветных установок, когда буквы при помощи импульсного устройства зажигаются не сразу, а как бы последовательно выписываются. После полного «написания» текста установка автоматически выключается.....demo

Витринная реклама — также распространенный вид рекламы в ресторане. Под витрины используются окна ресторана, внутренние стены бара, залов. Витрина должна составлять органическое целое с вывеской. Главное назначение витрины — привлечь внимание прохожих, заинтересовать их сначала витриной в целом, затем ее деталями, содержанием. Поэтому витрина должна ярко, броско отражать характер и особенности ресторана, кафе ил.....demo

В окнах ресторана можно устанавливать рекламные художественно оформленные плакаты, объявления; иногда витрину оживляют определенным сюжетом. Оконная витрина украшает не только ресторан — она становится существенным элементом оформления улиц. Поэтому, используя такой вид рекламы, необходимо соблюдать определенные технические требования: освещение в витрине должно быть верхнее и скрытое боковое, рекомендуется люминесцентное (лампы, закрытые матовым стеклом), которое, не допуская прямых лучей, дает равномерный спокойный свет; стекла витрины всегда должны быть прозрачными, для этого при оборудовании оконной коробки важно предусмотреть хорошую вентиляцию, предохраняющую стекла от запотевания.....demo

При использовании *радиорекламы* следует помнить, что информация о

данном ресторане, фирменном блюде, новом методе обслуживания должна быть краткой, продолжительностью не более 3—4 мин, поэтому тексты для передачи необходимо отрабатывать, стремясь к наибольшей конкретности и убедительности. Давая, например, объявление по радио об открытии нового предприятия, надо обязательно отметить, что оно отличается от других новыми фирменными блюдами, организацией семейных обедов, интересной музыкальной программой. Текст, записанный на магнитофонную ленту, можно и.....demo

Интересную рекламу предприятия можно создать, используя *телевидение*. На экране телевизора целесообразно продемонстрировать новые блюда и кулинарные изделия, изготовленные в ресторане, но еще не получившие широкого распространения, показать хорошо оформленный интерьер торгового зала, чтобы у зрителей появилось желание побывать там или, например, отпраздновать свадьбу, юбилей и т. п. Рекламные передачи можно повторять неоднократно, что поможет большему числу зрителей познакомиться с работой предприятия, а тем, кто уже смотрел передачу, лучше запомнить преимущества ресторана,demo

Применение всех перечисленных видов рекламы в ресторане дает положительные результаты, привлекает большое количество посетителей, создает им дополнительные удобства и в конечном итоге повышает культуру.....demo

Один из наиболее эффективных видов рекламы — *выставки-продажи*. На них можно демонстрировать всю продукцию, которая выпускается предприятиями, или по определенной теме: блюда из продуктов моря; мучные изделия и т. д. На выставках-продажах покупателей информируют о часах работы предприятия, услугах, которые оно может предоставить, о формах обслуживания. Большую роль на выставках-продажах играют беседы с посетителями.....demo

23 Продвижение ресторана на рынке услуг

Цель продвижения - стимулирование спроса и улучшение образа рес...demo

Продвижение представляет собой специальную активность, которая рассчитана на формирование и стимулирование интереса к услуг.....demo

Как продвигать Ваш ресторан, зависит от целого комплекса его индивидуальных особ.....demo

- направления кухни,
- ценовой политики,
- дизайна торговых залов,
- месторасположения,
- качеством обслуживания и рядом других факторов.

Это рычаги одного большого механизма. От того насколько комфортной в сознании потребителей представляется уникальная атмосфера ресторана, складывающаяся из вышеперечисленных факторов, зависит посещаемость,

количество постоянных клиентов и, в конечном итоге, объем продаж ресторанных услуг.

Продвижение ресторана – это некая форма сообщений, используемых рестораном для информации, убеждения или напоминания людям о своей деятельности и услугах, о тех образах и идеях, которые являются уникальными, отличными. Важным элементом является планирование – это должна быть грамотно построенная система продвижения ресторанных услуг. Не менее важно контролировать осуществление запланированного и анализировать эффективность применяемых средств. Все это позволит сэкономить з.....demo

К различным средствам продвижения прибегают и вновь открывающиеся, и успешные рестораны, проработавшие некоторое время на рынке. Просто методы продвижения у них различны, как и затраты.....demo

Основные виды продвижения:

- реклама;
- паблисити ("PR");
- стимулирование сбыта;
- персональные продажи.

Реклама.

Основная цель – проинформировать клиента

Наружная реклама - Каждый ресторан должен иметь вывеску (уже хотя бы потому, что это является обязательным требованием муниципальных властей). Дополнительно, для удобства нахождения ресторана можно разместить панель - кронштейны, штендеры, зазывал (например, многие рестораны выставляют на улицу пластиковые фигуры людей, животных и т.п.). Любой элемент наружной рекламы должен быть надлежащим образом зарегистрирован и иметь так называемый паспорт рекламного места. Оплата за размещение рекламы (в бюджет) дифференцированная и зависит отdemo

Реклама внутри ресторана - к ней можно отнести буклеты, листовки о ресторане и проходящих в нем акциях, мероприятия.....demo

Интернет - при грамотной организации и "раскрутке" сайта Интернет может быть весьма эффективным средством в привлечении потенциальных клиентов в Ваш ресторан. Сайт должен регулярно обновляться и содержать свежую информацию об изменениях в меню, о ближайших концертных программах, промоушен-акциях, публикациях. Хорошо если сайт предполагает некий интерактив, например, возможность задать вопрос и получить ответ, возможность резервирования столиков. Или, например, сам владелец или шеф-повар порекомендует.....demo

Почтовая рассылка. Целесообразна в тех случаях, когда Вы примерно представляете, кто является основными клиентами Вашего ресторана. Рассылку нужно ориентировать именно на целе.....demo

Реклама в средствах массовой информации - может быть эффективна при яркости и неординарности рекламного макета. Это особенно важно сейчас, когда наблюдается пресыщение рекламной информацией. Рекламирование ресторана неотделимо от его концепции – расскажите людям о своей уникальной идее, «фишке», а не одном из многочисленных мес.....demo

Сувенирная продукция - фирменные спички, зажигалки, бокалы и пр. - должны соответствовать стилю вашего ресторана. Естественно, на каждом предмете должен быть размещен фирменный логотип.....demo

PR (публичное relations)

Основная цель PR – создать мнение, имидж.

PR - это технология позволяющая создать благоприятное/соответствующее мнение о Вашем ресторане у значимого для Вашего бизнеса окружения, в которое могут входить как клиенты, так и представители власти и другие заинтересованные группы. PR включает в свой арсенал различные методы: от публикаций в прессе до прямого лоббирования заведения и орган.....demo

Стимулирование сбыта

Этот метод действует как временное повышение интереса клиентов к ресторану.....demo

Скидки по поводу. Здесь все зависит от вашей фантазии. Преподнесите гостям сюрприз в честь того, что предусмотрено годовым календарем или лично Вашего заведения. Хорошо работают завуалированные скидки (комплексные обеды, бизнес-ланчи,demo

Купоны. Способы распространения купонов многообразны: по почте, путем разноски или непосредственно в ресторане. На купоне должны быть четко указаны условия его действия: срок, величина скидки,.....demo

Возмещение с отсрочкой. Представляет собой купон со скидкой, который он может предъявить при повторном приходе в ресторан или при определ.....demo

Премия. Она может быть в любой форме – денежной, в виде презента какого-то блюда или.....demo

Награды постоянным клиентам. Также форма может варьироваться. Наиболее удобен этот метод с применением.....demo

Конкурсы, лотереи, игры. Розыгрыши должны проводиться честно и публично, а призы – не вызывать разногласий.....demo

Стимулирование в самом торговом зале ресторана или непосредственной близости. Предполагает использование различных плакатов, устройств, конструкций и т.п., привлекающих внимание клиентов к различным акциям и мероприятиям (и собственно к ресторану, если подобные средства используются вне стен ресторана, рядом). Разнообразные воздушные шары, гигантские куклы, вспыхивающие надписи, привлекательная музыка и т.п. — примеры использования этого инструмента.....demo

Персональные продажи.

Это, собственно, потенциал и компетентность Вашего персонала. Именно они создают «лицо» ресторана, формируют атмосферу гостеприимности в ресторане и отношения с клиентами, стимулируют размер и состав заказа, и что важно, повторность посещений. Навыки грамотного общения и обслуживания клиента, знания этикета, психологии общения с клиентом, возможно техники речи формируются при проведении комплекса активных методов обучения - семинаров, тренингов, практических занятий и тестов, которые специально разработаны профессиональным психологом и пр.....demo

Зависимость средств продвижения от класса ресторана

В таблице указаны наиболее значимые для формата ресторана средства (они не исключают наличиеdemo)

<p>Уличный или обычный Fast-fod</p>	<p>Высоко значение наружной рекламы. Важен выбор ценовой политики, стимулирование сбыта. Часто ключевым параметром выбора является с.....demo</p>
<p>Демократичный ресторан</p>	<p>Информирование аудитории «окружения». Широкий спектр и качество дополнительных услуг. Наружна.....demo</p>
	<p>Стимулирование сбыта. Персональные продажи.</p>
<p>Заведения уровня</p> <p style="text-align: right;">высокого</p>	<p>PR Сильный бренд = имя ресторатора Персональные продажи</p>

Список литературы

- 1 Белошпка, М.И. Технология ресторанного обслуживания / Учебное пособие для начального образования / 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2007.....demo
- 2 Введение в специальность: история сервиса: Учебное пособие для студентов вузов сервисных специальностей. – М.: Альфа – М.: ИНФРА – М, 2007.....demo
- 3 Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2007.....demo
- 4 Гостиничное и ресторанное дело, туризм: сб. нормат. документов; Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007.....demo
- 5 Ерохина, Л.И. Предприятия в сфере сервиса. Управление прогнозируемыми процессами (Теория и практика): Учебное пособие. – М.: Флинта, 2007.....demo
- 6 Крутик, А.Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе: Учебное пособие. – М.: Академия, 2007.....demo
- 7 Социальные технологии в сфере сервиса и туризма / Учебное пособие для вузов. – М.: Академия, 2007.....demo
- 8 Журнал «Общественное питание» («Питание и общество»)
- 9 Журнал «Ресторанное ведомости» с 2005 г.
- 10 Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»
- 11 Журнал «Серв.....demo