

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг
Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ М. Д. Батраев
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 Гостиничное дело
код и наименование направления подготовки

43.03.03.02.01 Ресторанное дело
код и наименование профиля подготовки

Анализ деятельности банкетной службы на примере отеля «Ibis Center
Krasnoyarsk»
тема

Руководитель _____ доцент, канд.техн.наук М. Д. Батраев
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ Я. И. Дьяченко
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер _____ М. Д. Батраев
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2022

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ М. Д. Батраев
(подпись) (инициалы, фамилия)
« ____ » _____ 2022 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

в форме _____ **бакалаврской работы** _____
(бакалаврской работы, дипломного проекта, дипломной работы, магистерской диссертации)

Красноярск 2022

Студенту (ке)

Дьяченко Ярославу Игоревичу

(фамилия, имя, отчество студента(ки))

Группа ТТ18-02БПГР

направление подготовки 43.03.03

(код)

Гостиничное дело

(наименование)

профиль 43.03.03.02.01 Ресторанное дело

Тема выпускной квалификационной работы

Анализ деятельности банкетной службы на примере отеля «Ibis Center Krasnoyarsk»

Утверждена приказом по университету от 23.03.2022 № 4548/с

Руководитель ВКР

М. Д. Батраев, канд.техн.наук, доцент, доцент кафедры гостиничного дела ИТиСУ

(инициалы, фамилия, должность и место работы)

Исходные данные для ВКР фактические данные представленные отелем «Ibis Center Krasnoyarsk», литературные источники по теме ВКР

Перечень разделов ВКР

1. Теоретические аспекты организации деятельности банкетной службы
2. Анализ организации работы банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk»
3. Рекомендации и мероприятия по совершенствованию банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk»

Перечень графического или иллюстративного материала: графический материал отсутствует

Руководитель ВКР

_____ (подпись)

М. Д. Батраев

(инициалы и фамилия)

Задание принял к исполнению

_____ (подпись)

Я. И. Дьяченко

(инициалы и фамилия студента(ки))

«06» апреля 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты организации деятельности банкетной службы	8
1.1 Банкетная служба: основные термины, функции, персонал	8
1.2 Системы, виды и способы организации банкетов в гостинице.....	14
1.3 Виды заявок, алгоритм и методика их рассмотрения	23
1.4 Стандарты банкетной службы	27
2 Анализ организации работы банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk».....	31
2.1 Характеристика гостиницы «Ibis Center Krasnoyarsk».....	31
2.2 Анализ банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk».....	33
2.3 Особенности организации банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk»	43
3 Рекомендации и мероприятия по совершенствованию банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk»	47
Заключение	57
Список использованных источников	59
Приложение А Форма договора на предоставление услуг по проведению банкета	62
Приложение Б Винная карта для проведения банкетов в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk»	69

ВВЕДЕНИЕ

В каждый из периодов развития человечества от античных времен до наших, можно наблюдать за организацией мероприятий, на которых собирались званые гости – накрывался стол, представляющий собой огромное разнообразие ярких блюд, подавались прохладительные и горячительные напитки разных типов и организовывалась развлекательная программа, которая, зачастую, отражает интересы того общества, которое собиралось на такие мероприятия. Не удивительно, что такие торжества дошли и до наших дней, ведь человек – существо социальное. Людям нравится собираться вместе, обсуждать актуальные новости, строить планы на будущее, развлекаться и отдыхать.

В период Античности, еще в Древней Греции пользовались особой популярностью собрания, на которых гости ели, пили и веселились, лежа на специальных ложе (клинэ) — что-то среднее между кроватью и софой, а в период расцвета Римской империи, организация банкетных торжеств достигла небывалого развития. Часто, в богатых домах римлян собирались все «сливки общества», ели и пили, лежа на чем-то, похожим на диван, богачей развлекали музыканты, рабы и дикие животные. На пиру подавалось такое разнообразие блюд, что римлянам пришлось изобрести специальную комнату – вымиторий, в переводе на русский – тошниловка, где гости могли освободить свой желудок и продолжать наслаждаться всем великолепием и разнообразием блюд и напитков.

По прошествии золотых лет Римской империи, наступили темные времена – средневековье, но, как ни странно, даже тогда человечество не растеряло навык организации торжеств, наоборот, пиры стали чуть ли не обыденностью, каждый барон, граф, герцог старался показать свою щедрость по отношению к своим гостям, столы представляли собой удивительный букет разнообразия блюд и напитков, а в качестве развлечений использовались не только шуты, музыканты и трубадуры, но и предпринимались попытки

поставить первые театральные пьесы, с весьма простыми сюжетами. Основной целью средневековых торжеств, которые считались политическими, было засвидетельствовать единство, сплоченность и силу народа. Особенно такие мероприятия были популярны на территории Англии и Франции

Закат средневековой эпохи принес собой появление балов. Бал являлся новым шагом развития индустрии организации мероприятий, так как к его организации относились более серьезно – появились своды кодексов и правил, которые представляли собой рекомендации к организации такого мероприятия и обязывали организаторов балов руководствоваться правилами. Обилие блюд и напитков так же пополнилось появлением кондитерских позиций в меню праздника, что сказалось на развитии мировой кулинарии и расширением перечня горячительных и прохладительных напитков, например, шампанского. Развлекательная программа представляла собой уже не произвольные представления бродячих артистов, а четко организованные и продуманные представления профессионалов, приглашенных на мероприятия в качестве работников, здесь произошел огромный скачок развития для индустрии развлечений.

В России же первые банкеты устраивались в XVII веке, и их называли зваными ужинами и обедами, а до этого времени подобные торжества именовались пирами. В настоящее время банкет считается наиболее распространенной формой обслуживания в ресторанном заведении.

В настоящее время индустрия организации банкетов и других мероприятий вышла на самый высокий уровень, в сфере заняты сотни тысяч работников - профессионалов, способных организовать любое мероприятие.

Во многих гостиницах существуют специальные службы, отвечающие за организацию мероприятий.

В данной работе будет проведен анализ организация деятельности банкетной службы на примере отеля «Ibis Center Krasnoyarsk».

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

– рассмотреть понятие банкетной службы и выделить основные термины

– рассмотреть процесс организации мероприятия на примере «Ibis Center Krasnoyarsk»;

– провести анализ деятельности банкетной службы отеля «Ibis Center Krasnoyarsk» и сделать выводы.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

1 Организация деятельности банкетной службы

1.1 Банкетная служба: основные термины, функции, персонал

Рассмотрим понятие банкет и конференция, основные термины, которые будут обозначаться в данной работе, а также состав и функционал персонала, обслуживающего вышеперечисленные мероприятия.

Слово *банкет* пришло к нам из французского или итальянского языка в середине XVII века и обозначает званый обед или ужин в торжественных рамках, устраиваемый в честь определённого лица или события (например, юбилея или свадьбы). Для проведения банкетов зачастую используется специальный банкетный зал.

Классический банкет предполагает обслуживание гостей во время застолья. Мероприятие строится по нормам этикета, когда официанты подают блюда и закуски, наливают напитки, меняют тарелки и приборы. Гости в это время наслаждаются вкусами, ароматами, получают удовольствие от общения и присутствия на таком банкете. За долгую практику обслуживания застолий в мире выделились несколько предпочтительных методов подавать кушанья и напитки. Для разных стран характерны свои способы, однако в наш век интеграции они часто пересекаются.

Так же, в зону ответственности банкетной службы входит организация и сервисное сопровождение конференций и деловых встреч в гостиничном комплексе.

Конференция- массовое мероприятие, созданное с целью обсуждения насущных и актуальных вопросов, формулировки основополагающих тезисов в сфере бизнеса, медицины, политики, обмена опытом, с последующим подведением итогов, принятием решений и стратегий действий.

Конференции бывают нескольких типов:

1. Пресс-конференция — мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость или любой другой повод, и

организация или отдельная личность, непосредственно связанные с этой новостью или поводом, желают дать свои комментарии по этому вопросу. Как правило пресс-конференция проводится при наличии актуальной новости, остро интересующей как общественность, так и масс-медиа.

2. Научная конференция (англ. academic conference) — форма организации научной деятельности, при которой исследователи представляют и обсуждают свои работы. Основной контингент участников — научные сотрудники институтов и вузов, студенты-старшекурсники и аспиранты, но могут также присутствовать профильные специалисты-практики (инженеры, педагоги, врачи-клиницисты и другие). По своему статусу научная конференция занимает промежуточное положение между научным семинаром и конгрессом. Продолжается несколько дней. Иногда совмещается с выставкой по предмету конференции.

3. Бизнес-конференция (деловая конференция) - собрание представителей одной или нескольких компаний с целью обсуждения ключевых проблем профессиональной сферы деятельности, результатов сотрудничества в сфере бизнеса, обсуждения проблем, возникающих при реализации бизнес-идеи, путей решения этих проблем, улучшения взаимодействия. Конференции обычно проводятся в конференц-залах отелей, на специализированных площадках (конференц-центрах) или во временных конструкциях на открытом воздухе (в летний период). Программа деловой конференции может включать в себя различные форматы публичных выступлений: отдельные выступления спикеров (докладчиков) с презентациями, групповые дискуссии, мастер-классы, дебаты, форматы открытого микрофона (когда выступить могут все желающие, включая слушателей).

Организацией и обслуживанием конференции в гостиничном предприятии занимается банкетная служба. Она обеспечивает чистоту конференц-залов, исправность необходимого для проведения конференции оборудования, организует фуршет и кофе-брейки, принимает непосредственное участие в проведении мероприятия

Банкетная служба – самая молодая служба из всех, представленных в гостиничном предприятии, ведь своему появлению она обязана возросшей популярности с середины XX века проведению банкетов в гостинично-ресторанных комплексах. Банкетная служба, как правило, входит в состав ресторанной службы.

В процессе подготовки и проведения банкета участвует персонал предприятия, имеющий профессиональное образование и опыт в проведении объемных торжественных мероприятий различного уровня. Общие требования к обслуживающему персоналу определяются по ГОСТ Р 50935-2010. «Услуги общественного питания. Требования к персоналу» (Приложение 3).

К обслуживающему персоналу банкетной службы относятся: банкетный менеджер, метрдотель (администратор зала), менеджер по персоналу, хостес, официант, сомелье, бармен, бариста, повар, занимающийся отпуском продукции на раздаче, буфетчик, кассир, гардеробщик, швейцар.

Банкетный менеджер (обычно сотрудник кейтеринг-службы), метрдотель или администратор ресторана занимается подготовкой и проведением банкетного мероприятия, участвует во встречах и переговорах с заказчиком, планирует пространство, определяет количество необходимого персонала, а также мебели, текстиля и инвентаря, руководит работой персонала в процессе обслуживания гостей, взаимодействует с поварами и техническими сотрудниками. Функциональные обязанности банкетного менеджера кейтеринговой компаний может несколько отличаться от обязанностей менеджеров стационарных площадок. На этапе подготовки мероприятий ему приходится заниматься вопросами, связанными с привлекаемым персоналом, транспортом, оборудованием и т.д.

Менеджер по персоналу является специалистом по работе с коллективом, человеком гибким и ответственным, способным к обучению и принимающим участие в работе ресторана в целом, умеющим построить систему приоритетов в решении сложных ситуаций, ориентированным на успех и постоянный профессиональный рост. Менеджер по персоналу является ответственным за

делопроизводство. Он осуществляет обработку поступающих документов, доводит до персонала приказы и распоряжения, регистрирует, учитывает и хранит документы по персоналу, доводит до сведения сотрудников инструкции и указания, осуществляет контроль исполнения инструкций, передает документы конкретным исполнителям.

Менеджер зала обеспечивает работу по эффективному и культурному обслуживанию посетителей, созданию для них комфортных условий. Осуществляет контроль за сохранением материальных ценностей. Консультирует посетителей по вопросам наличия имеющихся услуг. Принимает меры к предотвращению и ликвидации конфликтных ситуаций. Рассматривает претензии, связанные с неудовлетворительным обслуживанием посетителей, и проводит соответствующие организационно-технические мероприятия. Осуществляет контроль за рациональным оформлением помещений, следит за обновлением и состоянием рекламы в помещениях и на здании. Контролирует соблюдение работниками организации трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, техники безопасности, требований производственной санитарии и гигиены. Информировывает руководство организации об имеющихся недостатках в обслуживании гостей, принимает меры к их ликвидации. Осуществляет контроль за исполнением работниками указаний руководства организации.

На деле же, организационная структура банкетной службы часто выглядит следующим образом - персонал банкетной службы не так широк, как это может показаться на первый взгляд. В штат службы входит руководитель банкетной службы, который осуществляет руководство по организации мероприятия. В зону его обязанностей входит контроль и обеспечение взаимосвязанной работы служб Housekeeping, представленной горничными и уборщицами, Ресторанной службы, представленной администраторами, барменами, официантами и поварами, и хозяйственной службы, а именно техниками, IT-специалистом и заведующим хозяйством. Помощники руководителя банкетной службы составляют заявки на необходимость

обеспечения мероприятия теми или иными расходными средствами, блюдами и техническим сопровождением. Все отделы работают сообща, под чутким руководством.

В задачи банкетной службы входит, с одной стороны, наиболее выгодная реализация имеющихся в наличии площадей и возможностей кухни, а с другой - создание максимально благоприятных условий для заказчика и его гостей. Вторая задача представляется наиболее важной, ведь для многих, кто приходит на банкет, это может быть первым знакомством с рестораном - и это способ заинтересовать новых клиентов, привлечь их внимание не только качеством кухни, но и высоким уровнем обслуживания. Стоит учитывать и тот факт, что классическая схема «сарафанного радио» более чем распространена именно при проведении банкетов. В любом случае следует помнить, что хороший банкет — это прекрасная реклама ресторана, за которую не приходится платить и которая является эффективной.

Процесс работы банкетной службы можно поделить на несколько этапов:

1. Рекламная кампания-поиск клиента (в содружестве с подразделением рекламы и маркетинга предприятия);
2. Работа с клиентом (которая также делится на несколько этапов);
3. Детальное планирование мероприятия;
4. Проведение мероприятия;
5. Анализ проделанной работы.

Рекламная кампания банкетных возможностей ресторана не является прямой задачей банкетной службы. Однако ее несомненная обязанность-предоставление рекламному отделу максимального количества полезной информации об особенностях предприятия в оказании банкетных услуг. Например: наличие нескольких различных по вместимости залов, наличие очень большого зала, разнообразие банкетных меню, интересная анимационная программа и так далее. Особое внимание на начальном этапе работы должно быть уделено формам планировки зала и разработке меню. Желательно, чтобы в арсенале банкетной службы были изначально подготовленные варианты

банкетного меню (составленный совместно с шеф-поваром или шефом банкетов список блюд, приготовление которых рационально при этом особом режиме работы предприятия). Эта информация всегда должна быть готова к представлению заказчику мероприятия, ее можно выкладывать на сайте предприятия. Кроме вариантов меню заказчика следует ознакомить и с вариантами компоновочного решения банкетных залов, возможными схемами расстановки столов, вариантами сервировки и т.д.

Работа с клиентом начинается непосредственно после его обращения с запросом в банкетную службу. На стадии работы с клиентом в задачи службы входит определение следующих понятий: финансовой возможности заказчика и соотнесение их с его намерениями; цель проведения банкета; количество и типы гостей; подробное обсуждение и формирование меню мероприятия; выбор типа декорирования зала; выбор анимации; калькуляция заказа; расчеты с заказчиком и так далее.

На этапе планирования прорабатываются самые различные детали: от расстановки столов и обеспечения безопасности гостей до концепции декорирования и музыкального сопровождения, определяется загрузка персонала, распределяются обязанности и объемы работы. На этапе непосредственной подготовки к мероприятию контролируется соблюдение всех проработанных деталей-как и, согласованных с заказчиком, так и принятых в самом заведении.

Непосредственно во время проведения банкета отслеживается четкая реализация запланированного сценария, оперативно решаются неизбежно возникающие вопросы и т.д. По завершении мероприятия необходимо провести детальный анализ процесса обслуживания, особенно если были выявлены его недостатки. Так у персонала формируется необходимый опыт грамотного проведения масштабных банкетных мероприятий.



Рисунок 1- Организационно-управленческая структура банкетной службы ресторана

1.2 Системы, виды и способы организации банкетов в гостинице

Основные виды банкетов по подаче блюд

Рестораторы выделяют три основных типа систем обслуживания:

- французская, предполагающая сервис «в обнос» гостей. Французский способ подачи «в обнос» отличается сложностью и требует изрядного мастерства. Официант подходит к гостю слева, держит в левой руке на полотенце блюдо для раздачи. Он подносит его ближе к тарелке гостя и только правой рукой с помощью вилки и ложки переносит на тарелку посетителя порционные куски, гарнир, закуски и другие компоненты сложных блюд. При этом гость может сообщить официанту о своих предпочтениях.

Французский метод подачи блюд имеет две разновидности:

1. официант перекладывает кушанье в тарелку гостя — как правило, при обслуживании дам и молодых людей;

2. официант преподносит блюдо как можно ближе к тарелке гостя, а тот сам перекладывает понравившийся кусок и нужный компонент — при обслуживании мужчин и посетителей на клубных обедах.

- английская, когда обслуживание происходит с помощью сервировочной тележки. Такой тип банкета применяется не только на праздничных банкетах, но и на завтраках в отелях высокого уровня, в домашних столовых имений и замков, является атрибутом английского стиля. Суть английского метода: блюда ставят на накрытый скатертью приставной столик и закрывают металлическими колпаками-клоше — чтобы не остыли. В таком виде столик выкатывают в банкетную залу или столовую. Официант останавливается возле накрытого стола, забирает у каждого гостя тарелку, перекладывает на нее порционные куски основного блюда и гарнира и возвращает тарелку гостю. Так постепенно обслуживается весь стол. При этом гости видят действия официанта и могут сообщить ему свои предпочтения о надобности того или иного компонента. Английская подача блюд предпочтительна при выносе горячего

- европейская подача блюд, блюд сегодня широко применяется на свадебных и праздничных банкетах. У него есть ряд особенностей:

- стол специально сервируют всеми необходимыми приборами, стеклом;
- расставляют вазы с цветами;
- заранее выносят холодные закуски.

Горячие блюда раздают с приставного столика на специально подогретых тарелках. Если использовались крышки-клоше, их снимают, когда блюдо уже стоит перед гостем. Европейский способ отличается от английского индивидуальной подачей одинаковых порций на тарелках. Его часто применяют на праздничных и официальных банкетах класса люкс.

- русская или «все блюда на стол», часто удивляющий иностранцев, приехавших гостить в нашу страну из Европы. Он ближе традиционному

азиатскому, китайскому застолью, когда в центре ставят блюдо с рисом, а вокруг него — мелкие чашечки с закусками.

Русская подача блюд предполагает:

- предварительный вынос холодных закусок;
- вынос горячих закусок, когда гости приступили к трапезе;
- постепенный вынос основных блюд, которые ставятся на стол.

Здесь есть место и целиковым тушкам молочных поросят, и огромному осетру, и сложным национальным салатам.

Все кушанья красиво оформлены, подаются на больших круглых или овальных блюдах объемом — по числу гостей. На каждом блюде лежат вилка и ложка, которыми гости сами накладывают нужную порцию себе в тарелку.

Такое застолье выглядит изобильно и роскошно, и у него всегда будут свои почитатели.

В зависимости от вида обслуживания, существует два основных вида банкетов - с частичным и полным обслуживанием.

Банкет с частичным обслуживанием официантами

Подразумевает частично самообслуживание и отчасти сервис со стороны официантов и барменов, но сервировка в данном случае упрощена. Такой формат актуален для семейных праздников, свадеб, корпоративных вечеров, юбилеев, выпускных балов, деловых встреч и др. Гости самостоятельно могут наливать напитки, раскладывать холодные закуски, салаты, а подача горячего лежит полностью на обслуживающем персонале. Официанты также могут подать аперитив. Холодные закуски уже на задекорированном столе презентуются за 30 минут до предполагаемого прибытия гостей, как и напитки, специи. Закуски и салаты сервируются на больших тарелках (по 5–6 порций на каждую). Банкетное меню с частичным обслуживанием уже заранее сформировано, гости выбирают для себя подходящее блюдо, глядя на презентованные на столе варианты. Средняя продолжительность такого банкета — от 2 часов. Он считается менее официальным, чем мероприятие с полным

обслуживанием, и бюджетным. Количество официантов при таком формате — минимальное.

Банкет фуршетного типа

Распространенная и экономичная с точки зрения финансовых затрат форма банкета. В переводе с французского языка слово обозначает «на вилку». В процессе мероприятия гости свободно перемещаются по залу, самостоятельно выбирают для себя уже презентованные блюда и напитки. Столы для фуршетов выбираются высокие, они располагаются в центре зала или в зоне, где нет ограничивающих объектов и предметов (колонн, бара, стационарных столов и т. п.). Стол оформляется скатертью и драпируется так называемыми «фуршетными складками». На отдельных мини-столах стоят напитки, бокалы и пепельницы. Блюда подаются небольшими порциями, причем речь идет о специфических блюдах, которые можно пробовать с помощью шпажек, вилок или рук. Основное преимущество фуршета заключается в том, что при минимальных затратах можно оформить красивый, богатый, сытный и презентабельный стол. Средняя продолжительность фуршета — от 1,5 до 2 часов.

Банкеты с полным обслуживанием официантами

Такие банкеты актуальны при приеме международных делегаций, VIP-праздников, званых ужинов и обедов и т. д. Средняя продолжительность мероприятия — около 1,5–2 часов. Особенности подобного формата таковы: закуски и холодные блюда презентуются исключительно по прибытию гостей, присутствующие могут выбирать блюда индивидуально, руководствуясь меню (как правило, в нем по 3–4 вида холодных, горячих блюд и десертов). Гости рассаживаются по заранее составленному плану, блюда подносятся официантами в строгой последовательности, напитки строго соответствуют подаваемым блюдам. Администратор следит за тем, чтобы гости обслуживались на должном уровне.

Банкет в формате « шведского стола»

Шведский стол представляет собой сочетание фуршетного формата и банкета с частичным обслуживанием. Каждому гостю выделяется сервированное место за столом, но блюда он выбирает с отдельно стоящих столиков самостоятельно. Закуски при этом отличаются от фуршетных, больше приближены к банкетным классическим. Шведский стол предполагает подачу первых, вторых, горячих блюд, холодных закусок и десертов. Пожалуй, минусом такого формата являются частые перемещения гостей по залу. Но с точки зрения затрат шведский стол считается бюджетным.

Это далеко не весь перечень видов банкетов, тем более что сегодня существует масса комбинированных вариантов, которые предлагаются клиентам ресторанов и event-компаний.

Особенности проведения современных банкетов

Существует несколько принятых особенностей банкетов, которых организаторы подобных мероприятий стараются придерживаться:

- количество приглашенных людей (среднее количество приглашенных персон на стандартный банкет — от 20 человек);
- оформление столов (используются длинные, продолговатые или круглые столы, которые накрываются скатертями и оформляются декором);
- организация обслуживания (выбор распорядителя, администраторов, официантов, барменов, подбор недостающего персонала);
- сервировка (стол сервируется столовыми приборами, посудой, бокалами разных видов, салфетками);
- рассадка гостей (банкет предполагает запланированную рассадку гостей, наличие кувертных карт с указанием имени и фамилии гостя).

Алгоритм организации банкетов таков:

- Декорирование зала и стола, сервировка стола.
- подача холодных закусок и презентация напитков.

- Рассадка гостей.
- Подача аперитива.
- Вынос горячих блюд к столу.
- Подача десертов, горячих напитков.

При организации банкета учитываются следующие аспекты:

- выделенный бюджет;
- тип банкета;
- сформированное меню с учетом вида мероприятия, пожеланий организатора и гостей, цели события;
- выбор оформления и стиля банкета;
- место проведения;
- программа развлечений для взрослых и детей.

Основные этапы для подготовки организации и проведения различных корпоративных праздников считаются следующие:

1. Рассчитываются полностью все затраты для мероприятия, оговаривается какое будет направление тематики, и соответственно список приглашенных. Также оговариваются мероприятия, которые будет проводить сама фирма – это торжественные речи, различные поздравления, презентации, и культурно – массовые мероприятия, которые были заранее составлены устраивающей организацией. Это все оговаривается, согласовывается и упорядочивается по времени.

2. Очень важно выбрать место для проведения банкета или фуршета, этим местом может оказаться ресторан, бар, помещения фирмы или какой-нибудь участок (в случае, если мероприятие будет проходить на открытом воздухе).

3. Обсуждение и составление меню блюд для стола, чаще всего это меню бывает очень разнообразным для того, чтобы каждый из приглашенных мог найти для себя то блюдо, которое он предпочитает. Иногда основным фактором при подборе меню является тематика фуршета.

4. Ведется подбор культурной программы, ведущего для праздника, человека, отвечающего за музыку, подбор самой музыки, а также шоу-представлений. В совокупности это обязательно должно отвечать теме и характеру проводимого мероприятия.

5. Все техническое оборудование должно быть в исправном состоянии и соответствовать требованию, которое нужно для качественного проведения мероприятия. Если имеются шоу-программы, то сцена должна быть хорошо освещена, а если будут еще и танцы, тогда тем более требуется хорошее освещение и качественное музыкальное сопровождение.

6. Необходимо правильно и красиво оформить место, в котором будет происходить праздник (банкет или фуршет). За это также отвечает тематика и выбранный стиль проведения. Наиболее известными способами оформления считаются композиции из живых цветов и шаров.

7. Если требуется, то можно обговорить вопросы о транспорте, обычно это развоз гостей по домам или размещение непосредственно в гостинице.

Организация конференций - непростой и трудоемкий процесс, требующий координации действий разных служб и структур, квалифицированного подхода и отнимающий много времени и сил. Успешность мероприятия зависит, прежде всего, от того, насколько правильно выбран зал, организована работа служебного персонала гостиницы и спланированы ланчи, обеды, кофе-брейки.

Время проведения конференций обычно очень ограничено, что вынуждает всех участников работать в напряженном темпе, и поэтому очень важно забронировать отель в центре города и знать, что персонал достаточно квалифицирован, обучен и готов для проведения подобных мероприятий. Работники гостиниц также должны быть ознакомлены и готовы к порядку действий во внештатных и непредвиденных ситуациях. Поэтому еще до непосредственного проведения конференции следует предоставить работникам отеля примерный план работы, выдвинуть необходимые требования к обслуживанию и месту проведения.

Основными составляющими в организации конференций являются: планирование, подготовка информационных и демонстрационных материалов, обеспечение техническим оборудованием, подбор вспомогательного персонала, транспортное обслуживание участников, организация питания участников и культурно-развлекательная программа в свободное от лекций и обсуждений время.

Идеальная организация не только увеличит количество докладчиков, но и значительно повысит статус самого принимающего места, будь то апартаменты в центре или в любом другом районе выбранного для конференции города, что в дальнейшем привлечет больше постоянных клиентов.

На современном этапе развития науки, бизнеса и экономики услуги по организации конференций очень востребованы и все большее число крупных компаний и фирм регулярно проводят разнообразные брифинги, выставки, презентации, церемонии, семинары, тренинги, конгрессы, благотворительные или спонсорские акции и прочее.

Персонал гостиниц, кроме тщательной и продуманной технической организации самого мероприятия, должен создать максимально комфортную атмосферу для всех участников, а по окончании - проанализировать все и подумать над тем, что хотелось бы исправить или улучшить.

Особенности подготовки конференций

Одним из ярких событий общественной жизни являются конференции, позволяющие обменяться опытом, объединиться в профессиональные ассоциации, привлечь к себе внимание общественности.

Конференции бывают:

- внутрифирменными;
- отраслевыми;
- межотраслевыми;
- региональными;

- общенациональными;
- международными.

Они могут носить научный, практический или научно-практический характер и проводиться в самых различных сферах - научно-технической, экономической, природоохранной, медицинской, образовательной, политической и др. Современные методы проведения конференций предполагают использование возможностей телевидения, спутниковой связи и Интернета.

Конференция является комплексным мероприятием, органически сочетающим в себе такие способы осуществления коммуникации, как:

- церемония открытия;
- посещение объектов;
- проведение выставок и презентации;
- подготовка и предоставление работникам СМИ информационно-рекламных материалов;
- обмен мнениями;
- проведение деловых встреч и др.

Правильная подготовка и проведение конференций — это как правило, объемная и кропотливая работа. В учреждениях, имеющих собственные службы по связям с общественностью, этим занимаются соответствующие специалисты. Непосредственно на время работы конференции может быть создан специальный координационный штаб (оргкомитет) по ее проведению, участниками которого являются работники разных структурных подразделений учреждения.

Работа по подготовке и проведению конференции начинается, как правило, задолго до ее официального открытия и заканчивается несколько позже ее окончания.

Прежде всего при подготовке необходимо решить следующие вопросы: выбор места и времени проведения конференции (с учетом знаменательных дат

в жизни общества в целом, отдельных категории общественности, намечающихся крупных событий, а также с учетом начала или окончания определенных периодов в деятельности учреждения); подготовка информационно-рекламных материалов о предстоящей конференции, их распространение по специальным каналам или через общедоступные СМИ в зависимости от целей, характера и тематики будущего мероприятия.

1.3 Виды заявок, алгоритм и методика их рассмотрения

Заказ на обслуживание торжества принимает директор, метрдотель, администратор или руководитель банкетной службы.

Приём заявки на банкет сопровождается оформлением заказа и согласованием его с заказчиком. С заказчиком согласовываются следующие моменты: дата обслуживания торжества, количество участников, вид обслуживания, повод для устройства банкета, место проведения, время начала и окончания обслуживания, примерное меню и предварительная стоимость заказа.

При приеме заказа с устройтелем обсуждаются приёмы расстановки столов, размещения гостей, оформления зала. Уточняется также, будет ли подан гостям аперитив, нужны ли цветы для украшения стола, музыка во время банкета, место для танцев.

Работник, принимающий заказ, знакомит заказчика с правилами работы предприятия, порядком обслуживания, а также с порядком возмещения возможных убытков по вине заказчика и гостей.

После согласования меню заказчик вносит 50% стоимости заказа, кассир выписывает приходный кассовый ордер и квитанцию к нему, которая вручается заказчику.

Заказ регистрируется в специальной Книге учета заказов и составляется специальный договор на проведение банкета — это документ, по которому

организация, предоставляющая услуги общественного питания, проводит мероприятие для заказчика, который оплачивает его.

Правоотношения, в ходе которых производится оказание услуг по организации и проведению мероприятий, являются сделкой, в соответствии со ст. 153 ГК РФ, они направлены на возникновение у сторон прав и обязанностей.

Если посетитель приходит в ресторан и сразу оплачивает чек, заключать соглашение не обязательно, сделка совершается в момент ее заключения. Но если необходимо организовать банкет в гостинице с согласованным графиком и меню, перед тем как согласовать банкет, требуется заключение договора в письменной форме. Подписание соглашения гарантирует бронирование зала гостиницы или ресторана на согласованную дату, соблюдение других условий (оказание дополнительных услуг, аренда оборудования и т. д.). Юридические лица сделки между собой и с гражданами, по ст. 161 ГК РФ, оформляют в письменном виде.

Прием заявки на проведение конференции. Процесс приема заявки на проведение конференции или деловой встречи выглядит следующим образом:

1. подготовка и заблаговременная рассылка специальных приглашений участникам конференции, входящим в число докладчиков (с указанием названия, места и времени проведения конференции, ее общей и секционной тематики, условий размещения, проживания, питания и других видов обслуживания);

2. отбор и подготовка дополнительного персонала (как основного, так и резервного) для сопровождения и обслуживания участников конференции (помимо специалистов, привлекаемых из собственной службы по связям с общественностью);

3. техническое обеспечение проведения конференции (выбор и оборудование специальных помещений, организация работы средств связи, обеспечение оргтехникой, транспортом, охраной и др.);

4. подготовка идентификационных табличек и нагрудных карточек для различных категорий участников конференции (членов президиума,

руководителей секций, докладчиков, членов оргкомитета, обслуживающего персонала и др.);

5. оформительская подготовка помещений, изготовление указателей, табличек и др. для лучшей ориентации участников конференции на территории и в помещениях проводящей ее организации;

6. подготовка макета и последующее издание достаточным тиражом программы конференции (с указанием точного времени и места проведения всех основных мероприятий, схемы расположения основных и вспомогательных помещений и объектов, задействованных в обслуживании приглашенных лиц, тематики докладов основных выступающих и докладов на специализированных секциях, контактных телефонов оргкомитета конференции и других необходимых сведений);

7. подготовка специальных материалов для предоставления работникам СМИ, приглашенным для освещения хода конференции (краткие сведения об основных участниках конференции, пресс-релизы, фотографии, краткие тезисы наиболее важных выступлений и докладов и др.);

8. подготовка и издание специальных сборников с тезисами или материалами докладов пленарного и секционных заседаний конференции для их последующего распространения среди непосредственных участников конференции и других заинтересованных лиц, для направления в библиотеки и т.д.;

9. разработка культурно-развлекательной программы для лиц, приглашенных к участию в конференции, организация их досуга и неформального общения;

10. подготовка PR-мероприятий, дополняющих работу конференции и существенно повышающих ее эффективность (прежде всего - выставок, торговых показов, посещений объектов, презентаций и деловых встреч).

Для бронирования зала для конференций необходимо обозначить:

- Дату и продолжительность мероприятия.
- Время начала и конца мероприятия (дата заезда-выезда).

- Число участников.
 - Примерную программу мероприятия (когда перерывы на чай-кофе, когда обед).
 - Нужно ли будет обеспечить напитки и еду.
 - Будет ли банкет или фуршет.
 - Нужно ли делить аудиторию на группы и будут ли им нужны дополнительные помещения.
 - Какое оборудование будет использовано (возможно, вы его арендуете у владельца площадки, возможно, привезете свое, но все равно владельцу площадки необходимо знать, что оно будет).
 - Реквизиты компании-заказчика (то есть вашей).
 - Контактные данные ответственного лица, включая мобильный телефон.
- Также следует оценить особые требования к месту проведения и насколько выбранное место им соответствует.

Вот что надо узнать в первую очередь:

1. наличие охраны;
2. возможность доставки участников к месту проведения мероприятия;
3. наличие парковки (и, возможно, парковщика);
4. пропускная способность зала на вход и выход;
5. доступность зала (насколько сложна планировка здания);
6. легкость передвижения по помещению, пропускная или свободная система доступа в него;
7. наличие дополнительного сервиса у выбранной площадки;
8. услуг кейтеринга / ресторана для организации питания;
9. услуг бизнес-центра (например, если понадобится срочно отправить факс, что-то ксерокопировать или воспользоваться Интернетом).

Менеджер, отвечающий за мероприятие, обязательно, без всяких исключений, должен лично посмотреть зал, приехав на место. Дело в том, что в самом зале или на прилегающей территории могут обнаружиться особенности,

которые не были указаны в описании, поскольку они не важны владельцам помещения. Но они могут быть принципиальными для организатора, который визуально примерит помещение именно для готовящегося мероприятия. У этого правила нет исключений.

Следует учитывать, что в некоторых случаях отмена бронирования предполагает со стороны заказчика возмещение убытков владельцу площадки. Это связано с тем, что владелец выбранной площадки не реализовывал ее другому лицу, пока она была забронирована.

Стоимость отмены бронирования будет возрастать по мере приближения даты мероприятия. Например, отмена за месяц до даты брони не предполагает штрафных санкций, за три недели до мероприятия в случае отмены необходимо будет внести 30% от стоимости аренды, за одну неделю - 50%, за три дня и менее - 100% (то есть всю сумму аренды).

1.4 Стандарты банкетной службы

Операционные стандарты представителей банкетной службы соответствуют стандартам работников ресторана, так как служба входит в ресторанный подразделение, но имеет некоторые особенности, в связи с особой спецификой работы банкетной службы. Абсолютное качество обслуживания вряд ли может быть достигнуто в силу его обусловленности человеческим фактором, а, следовательно, стремление к качеству представляется процессом бесконечным, но в современных рыночных условиях решение вопросов качества — путь к победе в конкурентной борьбе. Одним из ключевых вопросов является снижение непостоянства качества, чему должна способствовать разработка единых стандартов, нормативов, правил обслуживания.

Гостеприимство трудно определить словами, но легко обнаружить его отсутствие. Оно включает в себя и радушие, и внимание к нуждам гостя, и

готовность войти в его положение, и желание доставить ему радость знакомства с лучшими обычаями и достопримечательностями своей местности.

Гостеприимство — это общий показатель отношения к гостю, если так можно сказать, окраска фона, на котором протекает процесс его обслуживания. Гостеприимство сравнимо с обеспечением безопасности, которое должно осуществляться на всем предприятии постоянно, непрерывно и обязательно каждым работником предприятия без исключения.

Эти факторы эмоционального настроения персонала и проявляемого им гостеприимства носят характер фона, обостряющего позитивные и смягчающего негативные впечатления гостя от получаемого обслуживания. Влияние этих факторов на восприятие можно представить в виде коэффициентов усиления восприятия позитивных и ослабления негативных аддитивных элементов обслуживания. Оба фактора играют роль катализаторов восприятия гостем получаемого обслуживания и являются одновременно неотъемлемой его частью. Они — типичные представители класса мультипликативных элементов обслуживания.

Поскольку оба этих фактора находятся в тесной взаимосвязи (эмоциональный настрой персонала существенно влияет на проявляемое им гостеприимство), их можно объединить более общим понятием «внутригостиничная обстановка», компонентами содержания которого они являются.

Источником появления и проявления мультипликативных элементов обслуживания является частично управляемый или совсем неуправляемый фон обслуживания. Это, в частности:

- факторы внешней среды, например качество питьевой воды, криминогенная обстановка, энергообеспечение, качество горнолыжных трасс, поддерживаемых муниципальными службами или сторонними коммерческими организациями и т. д.;

- факторы внутригостиничной среды, например запахи, шум за окнами

или на этаже, стиль оформления интерьеров, преобладающий контингент гостей и его поведение и т. д.

Таким образом, в соответствии с рассмотренной типологией МЗВ процесс получаемого гостем гостиничного обслуживания воспринимается им как система находящихся в определенной взаимосвязи первичных элементов — аддитивных (позитивных и негативных) и мультипликативных, составляющих управляемый, частично управляемый и неуправляемый фон обслуживания.

Состав и взаимодействие мультипликативных элементов обслуживания, их влияние на восприятие аддитивных элементов — в определенной мере субъективный аспект восприятия обслуживания, определяемый индивидуальными особенностями конкретного гостя в восприятии существенных свойств предоставляемого обслуживания.

В качестве наиболее очевидных существенных свойств можно указать следующие:

- безопасность — чувство покоя и защищенности, испытываемое в процессе обслуживания;

- быстрота — длительность ожидания, которое может предшествовать получению обслуживания и сопровождать его процесс;

- материальный комфорт — материальные удобства размещения, отдыха и потребления сопутствующих услуг (питание, развлечения, фитнес-услуги и т. д.);

- моральный комфорт — окружающая среда и физическое окружение (люди);

- полнота — соответствие фактически полученного обслуживания заказу и предложениям в каталоге (прейскуранте, меню);

- соразмерность цены и уровня обслуживания — если высокий уровень обслуживания, характеризуемый полнотой материального (физического) и морального комфорта, ожидался и был получен, гость обычно готов заплатить высокую цену. Если, однако, цены высокие, а ожидаемый уровень

обслуживания не обеспечен, восприятие сопровождается накоплением отрицательных эмоций;

– стабильность — ощущение высокого качества обслуживания, сохраняемого во времени на неизменном уровне;

– удовлетворенность поведением персонала — удовольствие, испытываемое клиентом от проявляемого к нему уважительного отношения со стороны служащих предприятия.

В стандарты работников банкетной службы стоит включать такие пункты, как:

1. Внешний вид
2. Личная гигиена
3. Накрытие стола
4. Обслуживание: общие принципы
5. Обслуживание за столом – еда
6. Обслуживание за столом – напитки
7. Уборка стола
8. Операционные стандарты

При оптимальном использовании всех имеющихся ресурсов качественно выработанная система управления позволяет структурировать процесс воздействия на все уровни управления в целях повышения эффективности, совершенствования качества обслуживания, увеличения доходности и обеспечения устойчивого экономического роста гостиничного предприятия.

Низкая квалификация персонала, постоянная текучка кадров, отсутствие современной системы обучения — все это приводит к возникновению острых проблем в организации ресторанного обслуживания.

Услуги оказываются во всех предприятиях общественного питания в соответствии с правилами оказания услуг общественного питания, которые утверждены постановлением Правительства РФ от 15.03.97, а также с Общероссийским классификатором услуг населению ОК 022-93 и ГОСТом Р. 50764-99.

**2 Анализ банкетной службы в гостинице «Ibis Center Krasnoyarsk» -
ИЗЪЯТО**

**3 Рекомендации к улучшению деятельности банкетной службы в
гостинице «Ibis Krasnoyarsk Center» - изъято**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ – изъято

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Арбузова Н.Ю. «Технология и организация гостиничных услуг»: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 3-е изд. испр. – Москва: Издательство «Академия», 2019 г. – 224 с.
2. Александрова Л.А. Имидж как инструмент продвижения предприятия питания (на примере ресторана "Мюнхен") / Л.А. Александрова, Ч.А. Балян // Научный потенциал высшей школы – будущему России : материалы всерос. науч.-практ. конф. / Донс. гос. техн. ун-т, Ин-т технологий (фил.) ДГТУ в г. Волгодонске ; редкол.: В. В. Пыряев [и др.]. – Ростов-на-Дону, 2017. – С. 209-213.
3. Бочков П.В. Повышение конкурентоспособности услуг сервисной организации // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 12 (125). – С. 763-767.
4. ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания
5. ГОСТ Р 50764-2009 «Услуги общественного питания. Общие требования»
6. ГОСТ Р 50647–94 «Общественное питание. Термины и определения»
7. ГОСТ Р 50935 -2007 Услуги общественного питания. Требования к персоналу: Национальный стандарт Рос. Федерации
8. ГОСТ Р 50762-2007 Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания
9. ГОСТ 32692-2014. Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания
10. ГОСТ 32612-2014. - Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования
11. Зыбин О. С. Особенности маркетинговой деятельности специализированных ресторанов. Режим доступа: [http://www.allcafe.info/business/advertising/sp_marketing/].

12. Еремеева Н. 10 сервисных "фишек" для конференций и деловых мероприятий // Отель. — 2017. — № 6. — с. 469.
13. Кривоносов А. Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. Спб.: Питер, 2014. 384 с.
14. Кучер Л. С., Шкуратова Л. М. и др. Ресторанный бизнес в России: технология успеха. – М.: ТрансЛит, 2015. – 554 с.
15. Лыткина Н.Л. Роль профессиональной этики в подготовке персонала в сфере социально-культурного сервиса и туризма // Среднее профессиональное образование. – 2011. – № 1. – С. 57-60 ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/05/02/1268027430/57-60.pdf> (06.05.2022).
16. Митякова С.А. Проблемы совершенствования системы управления персоналом в ресторане // Потенциал соврем. науки. - 2017. - № 3 (11). - с. 466
17. Орлик А.Е. Некоторые особенности успешного продвижения банкетных площадок и ресторанов в интернете // Маркетинг услуг. – 2017. – № 1. – С. 70-75.
18. Пустовойт В.А. Современные методы обслуживания в ресторанном и гостиничном бизнесе / В.А. Пустовойт, Я.П. Сердюкова // Инновационные технологии пищевых производств : материалы всерос. науч.-практ. конф. – Ростовск. обл. : Донской гос. аграрный ун-т, 2017. – С. 73-75.
19. Сервис. Режим доступа: [<http://business-opening.ru/service-restorana>].
20. Сайт «Студенческая библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://studbooks.net> (дата обращения 06.06.2022).
21. Сайт «101hotels» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: 101hotels.com (дата обращения 06.05.2022).
22. Сайт «bronevik» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: bronevik.com (дата обращения 06.05.2022).
23. Сайт «onetwotrip» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: www.onetwotrip.com (дата обращения 06.05.2022).


24. Сайт «ostrovok» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: ostrovok.ru (дата обращения 23.05.2022).
25. Сайт «Shelter – система управления гостиницей | Оборудование Shelter» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: infotek.su (дата обращения 23.05.2022).
26. Сайт «Shelter-Online (Интернет-Бронирование) | Центр поддержки UCS» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: support.shelter.ru (дата обращения 23.05.2022).
27. Сайт «travel.yandex» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: travel.yandex.ru (дата обращения 06.05.2022).
28. Сайт «Справочник экономиста» - справочный ресурс [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.profiz.ru> (дата обращения 16.05.2022).
29. Сайт «All Accor» - официальный сайт сети гостиниц [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://all.accor.com/>
30. Сальникова Л.С. Репутация в российском бизнесе: технологии создания и укрепления. М.: Вершина, 2015. 216 с
31. Татевосян И. Мероприятия в отелях: вечная традиция и современный рынок // Отель. — 2014. — № 10. — с. 335.
32. Ушаков Д. С., «Прикладной туроперейтинг», М., Р-на-Д., 2015 – 23 с.
33. Халилуллина Д.З. Профессиональные ценности и обучение персонала организаций, оказывающих гостинично-ресторанные услуги // Теория и практика общественного развития. – 2015. – №9 ; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/professionalnye-tsennosti-i-obuchenie-personala-organizatsiy-okazyvayuschih-gostinichno-restorannye-uslugi> (дата обращения 06.05.2022).

ПРИЛОЖЕНИЕ А – изъято

ПРИЛОЖЕНИЕ Б – изъято

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг
Кафедра гостиничного дела




УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 М. Д. Батраев
подпись инициалы, фамилия
« 14 » 06 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 Гостиничное дело
код и наименование направления подготовки

43.03.03.02.01 Ресторанное дело
код и наименование профиля подготовки

Анализ деятельности банкетной службы на примере отеля «Ibis Center
Krasnoyarsk»
тема

Руководитель	 подпись, дата	14.06.22 доцент, канд. техн. наук должность, ученая степень	<u>М. Д. Батраев</u> инициалы, фамилия
Выпускник	 подпись, дата	14.06.22 дата	<u>Я. И. Дьяченко</u> инициалы, фамилия
Нормоконтролер	 подпись, дата	14.06.22 дата	<u>М. Д. Батраев</u> инициалы, фамилия

Красноярск 2022