

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретический подход к системе обслуживания	6
1.1. Система обслуживания и ее элементы.....	6
1.2. Специфика систем обслуживания в общественном питании.....	9
1.3. Современные тенденции организации и повышения уровня обслуживания в предприятиях питания при гостинице.....	18
1.4. Перспективные технологии ресторанного бизнеса.....	27
1.5. Обслуживающий персонал.....	32
2. Анализ организации питания в ресторане при гостинице «Семь пятниц».....	36
2.1. Общая характеристика гостиницы «Семь пятниц» и службы питания.....	36
2.2. Анализ деятельности ресторана при гостинице «Семь пятниц».....	41
2.3. Методы и анализ результатов оценки персонала в ресторане при гостинице «Семь пятниц».....	52
2.4. Анализ контингента гостей ресторана «Семь пятниц».....	61
2.5. Комплексная оценка показателей качества обслуживания в ресторане «Семь пятниц».....	63
3. Рекомендации по совершенствованию системы обслуживания в ресторане при гостинице «Семь пятниц».....	68
Заключение.....	70
Список использованных источников.....	72
Приложение А.....	75
Приложение Б.....	92
Приложение В.....	102

ВВЕДЕНИЕ

Предприятия питания представляют собой крупную, широко разветвленную отрасль народного хозяйства со своими специфическими особенностями, которые вместе со здравоохранением, социальным обеспечением населения и торговлей решает важные социально-экономические задачи.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг, хозяйственная деятельность предприятий требует постоянного развития, совершенствования и обновления. Предприятия самостоятельно разрабатывают стратегию и тактику своей направленности на основе маркетинговых исследований рынка, внедрения инновационных достижений научно-технического прогресса, новых технологий, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

За последнее время значительные изменения в сфере потребительского рынка привели к полной самостоятельности субъектов хозяйствования, иным взаимоотношениям между ними и органами государственной власти. Также, изменились и подходы к требованиям в организации общественного питания.[16]

Продукция общественного питания — это пища, уже готовая к употреблению, или полуфабрикат, требующий незначительной доработки, которая чаще всего не предназначена для длительного хранения, поэтому ее необходимо немедленно реализовать. Для решения этой задачи общественное питание производственную функцию гармонично сочетает с функцией реализации, т. е. немедленной продажей произведенной продукции, для чего в своей системе оборудует специальные залы. Кроме собственной продукции в залах продаются покупные товары, которые не проходят дополнительной обработки по изменению свойств продукта, а реализуются в том состоянии, в котором поступили на предприятие.[11]

Поскольку выпускаемая продукция готова к употреблению, то общественное питание организует в залах места для ее потребления и обслуживает их.

Производство, реализация и организация потребления продукции общественного питания и покупных товаров является отличительной особенностью отрасли, уникальность которой заключается в том, что продуктом торга выступает не столько сама продукция, а скорее услуга по ее изготовлению, услуга по организации продажи и обслуживанию покупателей в местах употребления пищи.

Указанными положениями объясняется актуальность темы дипломной работы, посвященной оценке системы обслуживания в ресторане при гостинице «Семь пятниц».

Цель дипломной работы — дать оценку системы обслуживания на предприятии питания, на примере ресторана «Семь пятниц» и наметить пути совершенствования процессов обслуживания.

Объектом данного исследования является ресторан «Семь пятниц».

Предметом исследования является оценка системы обслуживания в ресторане «Семь пятниц».

В рамках поставленной цели решались следующие задачи:

- анализ литературных источников по теме исследования;
- анализ организации и технологии обслуживания в ресторане «Семь пятниц»;
- разработка рекомендаций по совершенствованию системы обслуживания в ресторане «Семь пятниц».

Методологической и теоретической основой работы послужили: нормативно-правовые документы, труды отечественных и зарубежных ученых, материалы и статьи в открытой и специализированной печати, посвященных маркетингу сферы услуг, обслуживанию на предприятиях общественного питания.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы,

приложений. Общее количество страниц – 74 (без учета приложений).
Список литературы насчитывает 25 наименований. Количество рисунков -
11, таблиц- 7, приложений- 3.

1 Теоретический подход к системе обслуживания

1.1 Система обслуживания и ее элементы

Система обслуживания- целостное единство взаимосвязанных элементов, обеспечивающих осуществление процесса предоставления услуг за определенную плату.

По мнению К.Хаксевера и др., для многих видов услуг процесс их оказания и конечный продукт системы идентичны или близко взаимодействуют. Причем сами процессы разработаны и применяются как результат согласованного усилия посредством разных компонентов организации (компании, К.Хаксевер и др. вводят понятие «сервисной организации») (Рисунок 1).

Рассмотрим сервисную организацию как систему.

Целью сервисной организации является предоставление услуг своим клиентам/покупателям. Это является основой их миссии, стратегии и политики. Система действий предусматривает разработку пакета услуг и систему обслуживания («доставки») совместно с маркетинговыми, финансовыми и людскими ресурсами. В другие функции входит ежедневная работа самой системы, а также развертывание ресурсов для того, чтобы производить услугу и осуществлять затраты на обучение персонала.

Маркетинговый элемент, представляет собой подразделение, которое управляет коммуникациями с покупателями, включая продажи, продвижение, рекламу, распределение и исследование рынка.

Маркетинговые и эксплуатационные составляющие во многих случаях частично перекликаются. Например, сотрудник эксплуатационных отделов, во время обслуживания (предоставления услуги), может продавать иные услуги организации или действовать в качестве маркетологов. В общем, эти два элемента и их функции плотно взаимосвязаны и направлены на достижение успеха. Известно, что наиболее важной областью их взаи-

модействия является «дизайн самой услуги и системы обслуживания (ее доставки)».

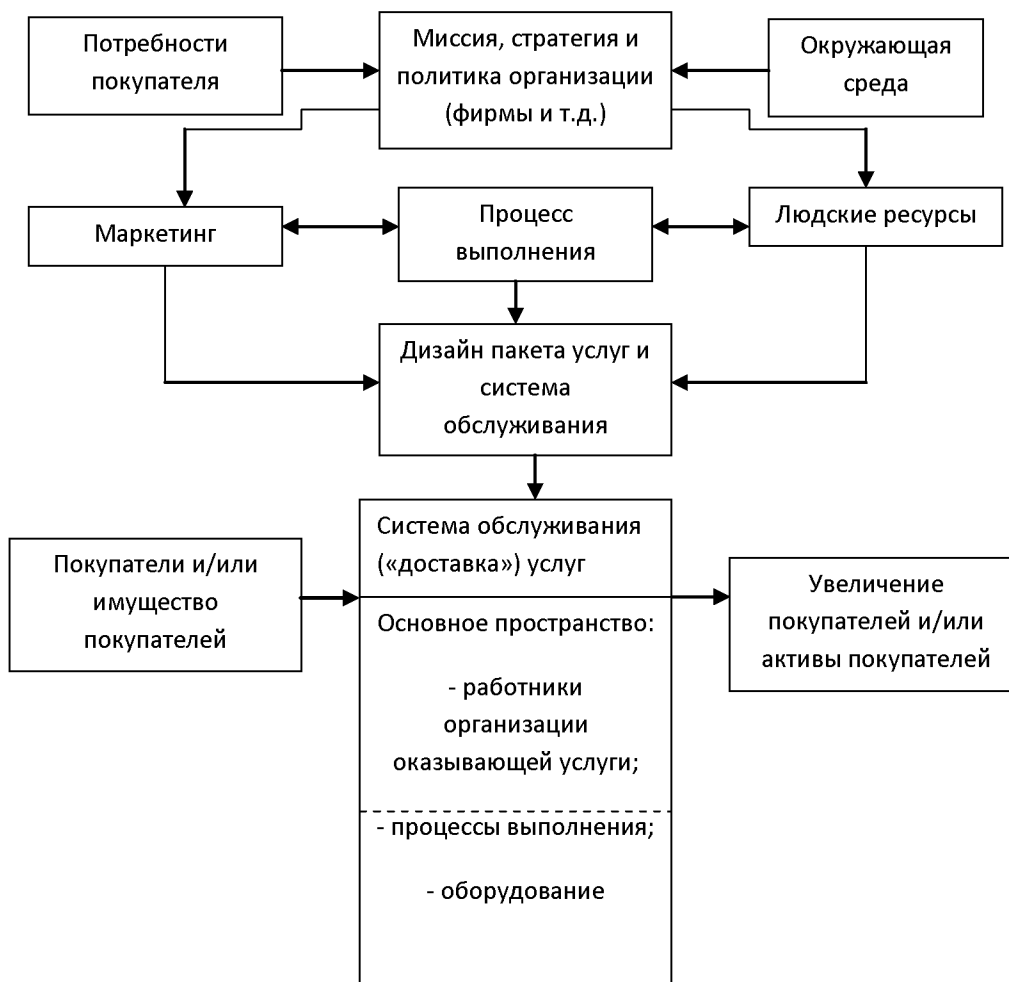


Рисунок 1 - Система обслуживания организации, предоставляющей услуги («сервисная организация»)

Дизайн - оформление интерьеров, художественное конструирование предметов и проектирование изысканного облика промышленных изделий.

Маркетинговое подразделение собирает данные касаясь потребностей, желаний и требований потребителя, а также, предоставляет информацию в эксплуатационную часть. Это становится важным вкладом в процесс дизайна. Дизайн услуги должен также учитывать миссию организации, концепцию, стратегию, ответственность и ресурсы, которыми они владеют.

Другие затраты на дизайн услуги включают факторы окружающей

среды, такие как: законы и государственное регулирование, привычки и нормы.

Задача дизайнерского процесса состоит в том, чтобы определить, какие выгоды необходимо предоставить клиенту. Дизайн системы обслуживания должен отвечать на следующие вопросы: где, когда и как эти выгоды должны быть предоставлены.

Система обслуживания состоит из следующих элементов: оборудования и физических средств обслуживания, процессов и персонала. Обслуживающий персонал играет решающую роль в обслуживании и успехе предприятия.

Система обслуживания может рассматриваться в виде двух составляющих — основное пространство и подсобное пространство.

Основное пространство является видимой для клиента частью системы обслуживания. В данной части покупатель взаимодействует с сотрудниками сервисной организации и вступает в контакт со средствами обслуживания и технологическими процессами. Подсобное, или закулисное, пространство является невидимым для покупателя и представляет собой весь персонал, средства обслуживания, оборудование и процессы, которые поддерживают работу персонала, и процессы, осуществляемые в основном пространстве.

Воображаемая «линия видимости» разделяет систему на две части. То, что находится снизу, не имеет отношения к покупателю; однако ошибки в подсобном пространстве могут серьезно повлиять на деятельность основного пространства и удовлетворение потребности покупателя.

Конечными результатами, целью обслуживания, является- увеличение количества потребителей.

Роль менеджера по обслуживанию заключается в том, чтобы контролировать процесс обслуживания, основанный на обратной связи с потребителями, для того чтобы убедиться, что потребности покупателей и представления обслуживающего персонала об этих потребностях совпадают.

Другими словами, обратная связь с покупателями является своего рода

гарантией качества.

1.2 Специфика систем обслуживания в общественном питании

Реализация готовой продукции и организация ее потребления является конечной целью производственного процесса на предприятиях общественного питания. Функции реализации и организации потребления продукции общественного питания составляют понятие «обслуживание».

Процесс обслуживания потребителей — это совокупность операций, которые выполняются исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг во время реализации кулинарной продукции и организации досуга.

При обслуживании готовая кулинарная продукция доводится до ее потребителя, проходя такие операции, как хранение в местах реализации, порционирование, комплектация и отпуск потребителю.

Основными задачами организации обслуживания являются:

- максимально полное удовлетворение потребителей услугами общественного питания, относительно: места работы, учебы, места жительства и отдыха населения;
- использование наиболее экономичных для предприятия и удобных для населения форм и методов обслуживания;
- качественно приготовленная пища, развитый сервис и культура обслуживания в пунктах питания;
- строгое соблюдение правил торговли;
- внедрение инновационных форм и методов обслуживания населения, использование передового отечественного и зарубежного опыта.

Вместе с тем, выполнение всех перечисленных задач должно обеспечивать экономический интерес владельца и наемных работников. В конечных результатах своей деятельности приносить прибыль для дальнейшего развития отрасли.

Согласно ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания», в зависимости от способа реализации потребителям продукции общественного питания и организации ее потребления подразделяют: [6]

1. Самообслуживание. Гости самостоятельно получают блюда на раздате и оплачивают их стоимость. При таком методе увеличивается скорость процесса отпуска пищи и ускоряется пропускная способность зала, значительно сокращаются затраты предприятия по обслуживанию потребителей.

Делится, в зависимости от участия персонала в обслуживании, на:

- полное (посетители самостоятельно выбирают блюда, осуществляют заказ, производят оплату по счету, самостоятельно получают блюда и напитки, доставляют их за обеденный стол, затем убирают за собой использованную посуду);

- частичное (большую часть операций выполняет обслуживающий персонал, также производит накрытие стола; при этом потребители разливают в тарелки первые блюда из супниц, заранее выставленные на столы, и убирают использованную посуду на конвейер).

2. Обслуживание потребителей официантами. Данный вид обслуживания характерен для ресторанов, баров, кафе, специализированных предприятий и закусочных, а также, некоторых столовых (диетических, комплексов отдыха и т.д.). Процесс обслуживания посетителей, начиная с их встречи и заканчивая расчетом, осуществляется официантом.

Обслуживание официантами в зависимости от степени участия персонала в обслуживании потребителей и организации потребления продукции подразделяют на:

- полное обслуживание официантами. Все операции продукции собственного производства и покупных товаров, доставка их в зал и подача на обеденный стол, обслуживание за столом, уборка посуды и расчет -

осуществляется официантами. Такой метод обслуживания характеризуется высокой культурой обслуживания и применяется на предприятиях класса люкс. Высокое качество обслуживания в течение всего времени работы зала, а также, при проведении банкетов и приемов.

- частичное обслуживание официантами. При таком методе обслуживания, официанты доставляют продукцию с раздаточной в зал, ставят блюда на стол, за которым посетители обслуживают сами себя. Такая форма позволяет ускорить процесс обслуживания посетителей, увеличить пропускную способность зала и ускорить численность обслуживающего персонала.

3. обслуживание потребителей за стойками. Обслуживание барменами за барной стойкой, при котором потребитель может наблюдать за приготовлением напитков барменом, а также, обслуживание поварами за стойкой, при котором потребитель может наблюдать за приготовлением блюда.

4. Обслуживание потребителей при доставке продукции общественного питания по их заказам и др.

Обслуживание при доставке продукции общественного питания потребителям по их заказам осуществляют в следующих формах:

- обслуживание потребителей в пути следования пассажирского железнодорожного, водного, воздушного и других видов транспорта;

- обслуживание потребителей в номерах гостиниц и других средств размещения ("room-service");

- кейтеринг (выездное обслуживание), в т.ч. банкетное обслуживание потребителей: корпоративный и событийный кейтеринг, обслуживание семинаров, конференций, спортивных мероприятий и пр., обслуживание потребителей на рабочих местах, в офисах, на дому, в зонах отдыха и в любых других подходящих местах.

Выделяют пять основных видов кейтеринга:

- в помещении. Помимо организации стола, гостю предлагается

соответствующим образом оборудованное помещение, которое может быть использовано для проведения различных мероприятий. Помещение для такого вида кейтеринга называется банкетным залом;

- вне помещения (например, в помещении клиента) - это обслуживание на территории заказчика в соответствии с его пожеланиями. Здесь наиболее свойственным примером являются компании по доставке пиццы. Основная масса компаний, занимающихся данным видом кейтеринга, готовят продукты на специальных кухнях, которые им принадлежат или арендуются, а вслед затем, доставляют заказ к месту проведения мероприятия.

- контрактный (разъездной) –потребителям предлагаются полуфабрикаты, изготовленные на пищевом предприятии. Они доставляются к месту конечной обработки, где доводятся до кондиции и продаются. Договор на поставку пользуется популярностью на строительных, съемочных площадках, в офисных компаниях, где требуется обеспечить питанием группу людей. Поскольку оборудование, используемое для приготовления полуфабрикатов в походных условиях, довольно дорогостоящее, этому виду кейтеринга требуются определенные вложения;

- социальный (независимый или индивидуальный) - процесс приготовления продукции происходит на территории и оборудовании заказчика под его контролем. Данный вид кейтеринга считается наиболее простым и нередко рассматривается как начальный этап в таком бизнесе;

- розничный - обслуживание заключается в доставке запечатанных в целлофан подносов или пакетов, с заранее приготовленными завтраками или обедами.

По способу расчета выделяют следующие методы:

1. Саморасчет. Применяется на предприятиях, с постоянным кругом питающихся, осуществляется без кассира и основан на обоюдном доверии. Для сбора средств устанавливается настольная касса, мелкие деньги для получения сдачи. Наблюдение за работой столов саморасчета осуществляет

буфетчик основного буфета или специально выделенный работник.

2. Предварительный расчет. Посетитель, ознакомившись с меню, приобретает в кассе, расположенной в вестибюле, чеки на питание.

3. С непосредственной оплатой стоимости блюд, последующий расчет. Стоимость поданных блюд и напитков оплачивают в конце обслуживания.

Обе формы расчета имеют две разновидности: непосредственный расчет с посетителем и безналичный, который используется, как правило, при обслуживании организованных групп.

Организация труда официантов может быть индивидуальной и бригадной.

1. Индивидуальная форма обслуживания. За каждым отдельным официантом закрепляют определенный участок зала (2-3 столика). Все операции, связанные с обслуживанием, выполняет один официант. Этот способ организации труда имеет ряд недостатков. Большую часть времени, связанную с печатанием чеков, оформлением заказа и получением блюд, напитков, буфетной продукции, посуды и приборов и т. д., официант находится вне зала. В связи с этим, он не всегда может вовремя подойти к столику и подать меню, принять дополнительный заказ, дать консультацию, предъявить счет и рассчитаться.

2. Бригадная форма обслуживания. Предполагает организацию звеньев из официантов с четким разграничением обязанностей между ними. Звено, как правило, состоит из 3-4 официантов различной квалификации. Группу официантов возглавляет метрдотель (или бригадир). Бригадиром звена избирают самого опытного и квалифицированного официанта 5 разряда. В звено входят два официанта 4 разряда, один из которых может заменять при необходимости бригадира, и официант 3 разряда. Ежедневно каждое звено в среднем обслуживает 8-10 столиков. Обязанности в звеньях строго распределены в соответствии с квалификацией сотрудников. Бригадир встречает гостей, предлагает меню, оказывает помощь в выборе блюд и

напитков, принимает заказ, пробивает чеки на получение буфетной и кухонной продукции, подготавливает счет и рассчитывается с потребителем.

Члены звена выполняют заказ: один официант получает продукты из буфета, холодные закуски, другой – горячие блюда. Несложные операции по обслуживанию (сбор и замену посуды, уборку стола) поручают официанту 3 разряда. Звеньевой метод организации труда содержит ряд преимуществ: в зале постоянно находится квалифицированный официант; распределение труда позволяет ускорить обслуживание; официанты высшей квалификации освобождаются от выполнения второстепенных операций; более рационально используется рабочее время; повышается ответственность работников за выполнение своих обязанностей; повышается культура обслуживания в целом.

Выбор оптимальных форм и методов обслуживания позволяет наиболее полно удовлетворить требования потребителей различных социальных групп по местам их сосредоточения, улучшить культуру обслуживания населения, повысить эффективность использования материально-технической базы предприятия, достичь высоких экономических показателей в работе.

Процесс обслуживания считается циклическим, а время обслуживания одного или группы посетителей называется циклом обслуживания. Продолжительность цикла равна присутствию потребителя в торговом зале и включает время обслуживания и интервалы между ними (ожидание гостями начала обслуживания, прием пищи и перерывы между приемами пищи в течение одного цикла).

В зависимости от цели посещения (только питания или же питания и отдыха) перерывы между приемами пищи бывают желаемыми для гостей или не желаемые. Последние могут быть вызваны недостатками в организации труда обслуживающего персонала и устраняются совершенствованием процесса обслуживания.

Цель посещения гостя предприятия общественного питания может

быть разной- питание или питание и отдых.

При организации обслуживания гостей, посетивших предприятие с целью питания, могут быть использованы скомплектованные рационы с предварительным накрытием столов и обслуживание по индивидуальным заказам.

Комплексные виды питания организуются с предварительной сервировкой столов посудой и приборами, холодными закусками и блюдами, напитками и иными изделиями. Горячие блюда подаются в ходе обслуживания. Меню комплексных рационов питания составляют в нескольких вариантах и вывешивают в вестибюле. Гости, ознакомившись с меню, приобретают чеки у кассира и по ним получают продукцию через официанта или полностью официант обслуживает посетителей.

При обслуживании по индивидуальным заказам гости заказывают заинтересовавшие их блюда. Официанты сервируют столы только столовой посудой и приборами. Ознакомившись с меню за столом, заказ блюд происходит в процессе обслуживания, а расчет производят в конце обслуживания.

Обслуживание официантами гостей, посетивших предприятие с целью питания и отдыха, имеет две разновидности: обслуживание гостей по индивидуальным заказам на предприятиях с музыкальной программой и обслуживание банкетов, юбилеев и т.д. Организация обслуживания может осуществляться предварительно или с момента прихода посетителей на предприятие.

Обслуживание барменами за барной стойкой. При таком методе бармены могут полностью обслуживать всех посетителей или же полностью обслуживать лишь посетителей, сидящих у барной стойки, а частично остальных, сидящих за столами в зале.

Для комбинированного метода обслуживания потребителей характерно сочетание различных методов, например, самообслуживания с обслуживанием официантами и др.

Наравне с традиционными методами и формами обслуживания, используются и прогрессивные формы обслуживания, целью которых является ускорение обслуживания потребителей. К ним относятся залы-экспресс, столы-экспресс, «шведский стол», витаминные столы, развозная и разносная торговля в зале, аукционы, выставки-продажи и др.

Зал-экспресс создают в ресторанах и кафе с малым количеством мест (40—50) для обслуживания во время обеда посетителей, у которых ограничено время. Реализуют, как правило, 2 варианта комплексных обедов. В их состав входит 3—4 блюда: холодная закуска, суп и второе блюдо, десерт. Закуски, сладкие блюда и хлеб ставят на стол заранее или сразу с приходом посетителя, а затем приносят супы и вторые блюда.

В ресторанах при гостиницах и гостиничных комплексах, аэропортах, железнодорожных вокзалах и т. д. организуют столы-экспресс. Они имеют круглую форму с вращающейся серединой. На таких столах устанавливают закуски, кисломолочные продукты, кулинарные и кондитерские изделия, соки, напитки. Недвижимую поверхность стола сервируют закусочными тарелками, приборами, салфетками. Гости, которые заняли место за столом, самостоятельно выбирают выставленную на подвижной части стола продукцию. Официанты приносят горячие блюда и напитки, после чего производят расчет.[21]

При обслуживании по типу «шведского стола»,- холодные закуски, сладкие блюда и кондитерские изделия выставляют на стол, а для реализации супов и вторых горячих блюд в зале устанавливают специальные мармиты с витриной образцов блюд, стопки тарелок и приборы для раскладки блюд. На предприятии, на котором производится обслуживание по типу «шведский стол», создается специальная бригада официантов. В каждой бригаде работник выполняет и отвечает за определенный вид работы. Бригада официантов сервирует шведский стол и убирает использованную посуду. В среднем на завтрак посетителей расходуется 15-20 мин., на обед или ужин - 25-30 мин.

При обслуживании по типу «шведский стол» выделяют отдельный зал или часть зала на небольших предприятиях. Расчет осуществляется заранее кассиром, а также, используется безналичный расчет, или расчет в кредит.[22]

Организация фуршетного стола предусматривает самостоятельный выбор посетителем блюд, которые имеют свою цену. Официанты обеспечивают пополнение столов продукцией и производят расчет.

Чайные и кофейные столы устанавливают в обеденных залах кафе, ресторанов и столовых. На них выставляют мучные кулинарные и кондитерские изделия, закуски несложного приготовления, сервируют десертными тарелками, приборами и чашками с блюдцами. Для чая ставят самовар или чайники (заварной и доливной), для кофе — паровой кофейник или термостат. В столовых гости обслуживают себя самостоятельно, а в ресторанах им помогают официанты. В столовых может быть применен саморасчет.[7]

На витаминные столы подают овощные и фруктовые салаты, соки, натуральные фрукты и овощи, напитки. Гости самостоятельно выбирают изделия и производят расчет.

Развозная и разносная торговля в зале. Официанты на тележках или подносах доставляют в зал фрукты, кондитерские изделия, напитки. По желанию гостей подают к столу и сразу же оплачивают свой заказ.

Аукционы проводятся в ресторанах и кафе, как правило, перед выходными или перед праздниками. Для них готовятся оригинальные и красиво оформленные кулинарные и кондитерские изделия. Для постоянных посетителей предварительно предусматривается их конкурсный показ. При проведении аукциона покупателям изделия считается предложивший наибольшую цену.

1.3 Современные тенденции организации и повышения уровня обслуживания в предприятиях питания при гостинице

Классификация предприятий общественного питания в соответствии с ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования»: [3]

Ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные блюда и изделия; алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные изделия, покупные товары, с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

Бар - предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, коктейли, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары.

Кафе - предприятие общественного питания по организации питания и (или без) отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции общественного питания, которые реализуют фирменные, заказные блюда, изделия и алкогольные и безалкогольные напитки.

Столовая - предприятие общественного питания общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, которые производят и реализуют блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная – предприятие общественного питания, где реализуется ограниченный ассортимент блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной продажей алкогольной продукции.

Предприятие быстрого обслуживания - предприятие общественного питания, которое реализует узкий ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, как правило, из полуфабрикатов высокой степени готовности.

Буфет - предприятие общественного питания, которое находится в жилых и общественных зданиях, и реализует с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, и покупные товары.

Кафетерий - предприятие общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, которое реализует с потреблением на месте горячие напитки (чай, кофе), прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, мучные булочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления, и покупные товары.

В современной индустрии гостеприимства услуга питания - неотъемлемый элемент практически в каждой гостинице, начиная с крупных пятизвездочных отелей и заканчивая мини-отелями. При этом масштабы организации службы питания также в значительной степени различаются.

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов обычно предполагаются следующие условия питания:

1. полный пансион, т.е. трёхразовое питание (завтрак, обед, ужин) - fullboard (FB);
2. полупансион, т.е. двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) - halfboard (HB);
3. только завтрак, то есть одноразовое питание - bedandbreakfast (BB).
4. OB (onlybad) — без питания;

Особенные условия питания создаются в отелях, которые функционируют по системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) – all inclusive (все включено в стоимость).[11]

В зависимости от того, входит ли стоимость питания наряду с размещением в гостиничный тариф, различают две основные системы обслуживания:

1. по европейскому плану (european plan, EP) - гостиничный тариф, который определяется на основе стоимости размещения без учета питания. В этом случае точное время прибытия клиента в гостиницу не является принципиальным, т.к. не требуется дополнительных расходов гостиницы;

2. по американскому плану (american plan, AP). В гостиничный тариф входит стоимость трехразового питания. Кроме того, используют модифицированный американский план (modified American plan, MAP) и континентальный план (continental plan), при которых туристы могут выбрать номер в комплексе, соответственно, с двухразовым и одноразовым питанием.

Использование американского плана гостиничного обслуживания требует учета ряда организационных моментов. Так, в данном случае чрезвычайно важна точная фиксация времени приезда и отъезда посетителей, т.к. от этого зависит осуществление обыденных расчетов. С этой же целью на регистрационных карточках и гостиничных счетах, помимо времени прибытия и убытия, проставляются специальные "коды питания": код "B" означает, что клиент прибыл в гостиницу до завтрака. Соответственно, по времени в день прибытия он успел получить полное трехразовое питание; "L" - прибыл до ланча, то есть получил двухразовое питание; "D" - только ужин; "R" - в день приезда только номер без питания; "SL" (sleep - ночевка) - клиент прибыл поздно вечером (по существу равносителен коду "R").

Данного рода информация, которая присутствует в кодах, учитывается при окончательном расчете. Такие же коды используются и при регистрации времени отъезда: "B" - отбыл после завтрака, "L" - после обеда, "D" - после

ужина, специфический код "ВВ" - отбыл до завтрака, то есть в день отъезда питание не получал.

Сервису завтраков в любом гостиничном предприятии уделяется особое внимание. Чтобы максимально удовлетворить вкусовые предпочтения постояльцев, в гостиницах и отелях предлагают несколько видов завтрака:

1. Континентальный завтрак "а ля карт";
2. "а парт";
3. "табльдот";
4. шведский стол;
5. буфетное обслуживание.

Обслуживание «А ля карт»:

Гости из меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. В этом случае гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Обычно такое обслуживание практикуется по отношению к индивидуальным туристам, либо немногочисленным туристским группам.[17]

Обслуживание «А парт»:

При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах. Официант собирает заказы рано утром и раскладывает их на доске или на серванте по порядку в соответствии со временем, которое указано в заказе. Завтрак подают на подносе или с тележки. Поднос заранее застилают чистыми белыми салфетками и на них ставят посуду соответственно заявке. В определенное время заказанные блюда на тележке подвозят в номер заказчика.

«Табльдот»:

Отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда,

когда все гости соберутся за столом. Часто используются в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения, где производственные мощности и возможности кухни достаточно ограничены.

«Шведский стол»:

Представляет собой широкий выбор закусок и блюд со свободным доступом: можно взять все, что угодно, из того, что предложено и выставлено. Это может быть и довольно скудный набор (джем, хлеб, масло, 2-3 сорта колбасы и сыра, один вид сока, чай, кофе), и по-настоящему обильный стол с многочисленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод обслуживания имеет ряд преимуществ:

1. увеличивает пропускную способность торгового зала в ресторане;
 2. ускоряет процесс обслуживания;
 3. требует меньшей численности квалифицированного персонала
- т.д.

Все категории гостей с одобрением принимают этот метод обслуживания, так как он позволяет выбирать себе блюда по вкусу и в количестве, удовлетворяющем аппетит. Суть современного «шведского стола» отличается от классического понятия. В настоящее время данный термин, как отмечено выше, используется для описания метода обслуживания, применяемого на предприятиях питания. Используется также понятие «шведская линия». В классическом варианте внимание было оказано скорее не на особенности обслуживания, а на обязательном присутствии отдельных компонентов меню.

«Шведский» стол, или так называемый «сморгосбурдет» (бутербродный стол), - это фирменное изобретение, внесенное шведами в кулинарную культуру Европы в начале XIX века. Меню «шведского стола» специально подобрано таким образом, чтобы все его компоненты можно было бы выставить на стол буквально за несколько минут до употребления, а

затем столь же быстро убрать все несъеденное.

«Буфетное обслуживание»:

Буфет –блюда и напитки стоят или лежат у всех на виду, и каждый гость наполняет свою тарелку по собственному усмотрению.

Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы.

В последнее время этот метод обслуживания стал популярен при организации завтраков (так называемый завтрак-буфет). Также он часто используется при обслуживании участников конференций, совещаний, переговоров и деловых встреч.

Следует также отметить, что организация питания в отеле свойственна не только для предприятий общественного питания, но и для организации работы по обслуживанию номеров, т. е. специальной службы — room service.

Так, престижный отель должен предоставлять круглосуточно услугу обслуживания номеров (room service), даже если оно понесет убытки в отдельные часы работы.

Чаще всего заказ в room service выполняется по телефону службы. Менеджер обязан оговорить с проживающим гостиницы блюда и напитки, которые он хочет заказать, а также, сориентировать по времени ожидания. Максимальное время приготовления — 20 мин (гость обязан быть проинформирован, если приготовление блюда займет больше времени). Также заказ можно оформить на бланке службы, в которой гость отмечает меню и время подачи, затем он вешает его вечером на ручку своего номера снаружи. Бланки заказов выдаются на ресепшене при регистрации. [12]

Главное в работе службы — время доставки, поэтому обычно требуется наличие специального сервисного лифта. Блюда доставляются на тележках в специальных контейнерах, обеспечивающих необходимую температуру блюд.

При организации работы службы «room service» необходимо учитывать следующие моменты:

- меню составляется из блюд, представленных в ресторане гостиницы, но в более сокращенном варианте. При составлении меню для подразделения номерного обслуживания учитываются вкусы среднего потребителя. Необходимо провести анализ наиболее часто заказываемых в ресторане блюд;

- из-за основной загруженности в утренние часы необходимо составлять график работы для работников службы;

- сущность работы официантов, а именно, отдаленность клиента от кухни, вынуждает использовать определенное оборудование. К нему относят подносы, которые ставятся на столик, либо на сервировочную тележку.

Роль официанта службы номерного обслуживания предполагает постоянное общение с клиентами. Поэтому ему необходимо придерживаться следующих правил:

- для того чтобы меньше тревожить гостя, заказ доставляют сразу в полном объеме.

- исключение делается, когда гость просит подать блюда в определенной последовательности;

- до того, как постучать в номер, необходимо убедиться, что засервированные блюда на тележке оформлены правильно;

- необходимо постучать в дверь три раза. Если спрашивают о том, кто стучит, необходимо ответить: «Добрый день. Обслуживание в номерах»;

- как только дверь откроется, официант здоровается с постояльцем и обязательно спрашивает: «Позвольте войти?»;

- войдя в номер гостя, необходимо уточнить, куда следует поставить заказанные блюда;

- затем нужно презентовать гостю его заказ;

- официант обязан уточнить у проживающего, в каком виде ему оставить блюда-упакованными или открытыми;

- когда вся работа по сервировке выполнена, официант должен проинформировать гостя о том, что заявка на уборку грязной посуды принимается по телефону службы. Также необходимо выразить благодарность гостю за использование услуг службы номерного обслуживания.

Заказ еды по системе room service может быть организован в рамках включенного в стоимость номера завтрака или являться дополнительной услугой, оплачиваемая отдельно. Как правило, услуга включена в стоимость номера в гостиницах высокого класса, от четырех звезд. Доставка заказа в номер бесплатная, но, по желанию, гость может предложить официанту чаевые. Как правило, их сумма составляет 10—15 % стоимости заказа. Цена блюд в room service немного выше ресторанных, что связано с расходами на содержание штата сотрудников. Оплата заказа производится гостем двумя путями: можно оплатить услугу в номере официанту или у администратора после получения заказа.[20]

Помимо доставки напитков и блюд в номер, к функциям службы room service может относиться подготовка номеров к прибытию гостей категории VIP, а также проверка мини-баров в номерах и пополнение их запасов по мере необходимости.[8]

Основные виды мини-бара:

1. Платное заполнение. В этом случае, мини-бар заполняют шоколадками, бутылками с водой и алкоголем. Следует учитывать, что за каждый продукт, взятый с мини-бара, придется заплатить при выезде. Если мини-бар платный, то, обычно, в нем не разрешают держать свои напитки.

2. Бесплатное заполнение. В таком мини-баре обычно находится вода, лимонад или пиво. Такой мини-бар не запрещает хранение своих напитков, т.к. в нем заблаговременно предполагается место для этого.

В 1988 г. компания BartechAutomaticSystem установила первые автоматизированные мини-бары в HiltonGeneva, Switzerland.

Bartech был признан многими ведущими международными

гостиничными сетями одной из лучших автоматических систем мини-баров. Компания Bartech работает на рынке уже более 20 лет, она дает на мини-бары двухгодичную гарантию, предоставляет обучение, обновление продукта в режиме реального времени, техническую поддержку 24 часа в сутки, семь дней в неделю, при необходимости возможны выезд специалиста и другие услуги. Продукция Bartech установлена в более чем 250 тыс. гостиничных номеров в 50 странах мира и характеризуется широким диапазоном вместимости от 40 до 75 л.

При заселении гостя в гостиницу система управления отелем через интерфейс открывает электронный замок автоматического мини-бара.

Каждый продукт в системе Bartech контролируется датчиком. Система автоматически различает, когда гость открыл мини-бар, чтобы просто взглянуть на продукт, а когда он его потребляет, и если в первом случае счет гостя останется неизменным, то во втором — автоматически возрастет на сумму потребленного продукта. Сразу после этого информация попадает в систему, и создаются специальные отчеты по наличию-отсутствию тех или иных продуктов в мини-баре, а также отслеживается количество оставшихся. Когда гость выселяется, система управления отелем (PMS) автоматически блокирует систему Bartech.

Автоматизированные мини-бары имеют целый ряд преимуществ по сравнению со стандартными:

1. Автоматический мини-бар предоставляет точную информацию в режиме реального времени об имеющихся запасах, включая даты и время потребления, цены на продукты и дату истечения срока годности продуктов;
2. Автоматический биллинг полностью исключает возможность ошибок, неточностей, и уже нет необходимости интересоваться у гостей, пользовались ли они мини-баром. Кроме того, он позволяет производить выписку очень быстро — это значительное преимущество;
3. Один работник персонала способен обслуживать до 400 номеров. Здесь происходит оптимизация затрат на персонал по крайней мере в

пяти отделах отеля: обслуживание номеров, служба приема и размещения, бухгалтерия, служба технического обслуживания и управление персоналом;

4. система позволяет автоматически в режиме реального времени отслеживать срок годности продукции мини-бара и полностью исключить возможность порчи, также возможно устанавливать скидки (например, устраивать распродажи продуктов, значительно снижая потери);

Bartech — это единственный поставщик автоматических мини-баров, который предлагает специальные пульта управления для выполнения некоторых важных функциональных задач в системе открытия/закрытия мини-баров в комнатах, процедура полной перезагрузки и профилактическое тестирование легко выполняются персоналом гостиницы на покомнатной основе, благодаря простым в использовании пультам управления Bartech.

Чтобы сохранить интерес клиентов к мини-барам в номерах на высоком уровне, необходимо постоянно обновлять ассортимент, привнося в него все новые тенденции: начиная от здорового питания и заканчивая «сувенирно-развлекательными» моментами, когда содержимое баров оформляется особым «фирменным» способом.

1.4 Обслуживающий персонал на предприятиях общественного питания

Персонал предприятий общественного питания подразделяют на следующие основные группы:

- административный,
- обслуживающий,
- производственный,
- вспомогательный.

К административному персоналу предприятия общественного питания относятся категории работников, которые заняты организационными и технологическими вопросами: директор (управляющий, менеджер,

заведующий) предприятия, инженер (техник) - технолог (менеджер по производству), заведующий складом (старший кладовщик), калькулятор.

К обслуживающему персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, которые заняты непосредственным обслуживанием потребителей: метрдотель (администратор зала, менеджер зала, менеджер бара), официант (бригадир официантов, старший официант, помощник официанта), бармен (бригадир барменов, старший бармен, помощник бармена), сомелье (заведующий винным погребом), бариста, работник предприятия быстрого обслуживания, буфетчик (старший буфетчик), кассир (старший кассир), хостес, продавец магазина (отдела) кулинарии.[13]

К производственному персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, которые заняты изготовлением (производством) кулинарной продукции, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий: заведующий производством, заместитель заведующего производством, шеф-повар, су-шеф, начальник цеха, заместитель начальника цеха, повар (повар-бригадир, старший повар, помощник повара, диет.повар), шеф-кондитер, кондитер (кондитер-бригадир, старший кондитер, помощник кондитера), пекарь, изготовитель пищевых полуфабрикатов, кухонный работник (помощник по кухне).[23]

К вспомогательному персоналу предприятия общественного питания относятся категории работников, которые заняты выполнением функций обслуживания и не имеющие прямого отношения к производственному процессу: гардеробщик, швейцар, кладовщик, мойщик посуды, уборщица (уборщик, стюард), грузчик, курьер, экспедитор и др.

К персоналу службы безопасности (службы внутреннего контроля) относятся работники следующих категорий: работники службы безопасности, охранники, секьюрити, вахтеры, контролеры, сторожа.

Требования к персоналу службы безопасности определяются нормативными правовыми актами в области безопасности и охраны,

действующими на территории государства, принявшего стандарт, и фирменными стандартами работы персонала этой группы конкретного предприятия общественного питания.

Обслуживающий персонал предприятия общественного питания должен быть одет в специальную форменную одежду и обувь, установленного для данного предприятия образца, которая находится в отличном состоянии, без загрязнений, повреждений и заметных следов ремонта. Сотрудники предприятия общественного питания на форменной одежде должны носить бэйдж, с указанием имени и должности на государственном языке и эмблемой предприятия. Профессиональными этическими нормами поведения обслуживающего персонала предприятия общественного питания должны быть: коммуникабельность, вежливость, тактичность, доброжелательность, внимательность и предупредительность в отношениях с гостями в пределах своих должностных обязанностей. Обслуживающий персонал ресторанов должен знать особенности обслуживания гостей иностранных государств, правила международного этикета, владеть иностранным языком в объеме, который необходим для общения с гостями. При получении доступа к персональным данным потребителей, обслуживающий персонал обязан принять все меры для исключения возможности их разглашения. Обслуживающий персонал должен уделять особое внимание и оказывать необходимую помощь гостям с ограниченными физическими возможностями, в том числе инвалидам. [13]

Конкретные требования к обслуживающему персоналу на предприятии общественного питания, согласно ГОСТ 30524-2013 «Услуги общественного питания. Требования к персоналу» представлены в приложении А. [4]

В целях утверждения распорядка работы, на каждом предприятии составляются графики выхода на работу. Различают дневные, месячные и годовые графики. В дневных отражаются длительность рабочего дня, его начало и завершение, время и длительность обеденного перерыва. В месячных графиках указываются общее количество часов за месяц,

чередование рабочих дней и дней отдыха. В соответствии с трудовым законодательством РК рабочая неделя - 40 часов. Неполный рабочий день устанавливается по соглашению между администрацией и рабочими и для лиц, не достигших совершеннолетия. [1]

Ненормированный рабочий день устанавливается для тех сотрудников общественного питания, труд которых не поддается учету времени, но количество рабочих часов, отработанных за месяц, должно соответствовать трудовому законодательству или в качестве компенсации предоставляется дополнительный отпуск.

При составлении графика учитывают режим работы организации и график загрузки торгового зала. [15]

На предприятии общественного питания используют следующие графики выхода на работу:

1. Линейный график. Предусматривает единовременный приход и уход с работы сотрудников предприятия. Данный график применяется в том случае, если объем работы полностью выполняется за 7-8 ч, загрузка работников равномерная в течение смены. Преимущество - обеспечивается ответственность работников за выполнение производственной программы.

2. Ленточный график. Предусматривает выход работников производства в разное время группами или по одиночке в соответствии с загрузкой торгового зала. Недостаток – отсутствие четкого построения бригад, усложнение планирования рабочего времени, контроля за выходом на работу, снижение ответственности членов бригады за выполнение производственной программы.

3. График суммированного учета рабочего времени. Используется на предприятии с неравномерной загрузкой в определенные дни недели или месяца, когда невозможно установить рабочий день нормальной продолжительности. При таком графике допускается разная продолжительность рабочего дня, но не более 11 ч 30 мин с последующим предоставлением дня отдыха при обязательной отработке за месяц

установленной нормы рабочего времени.

4. Двухбригадный график. Является одним из видов графика суммированного учета рабочего времени. При этом графике используется две бригады, одинаковые по количеству и составу сотрудников. Они работают по 11 ч 30 мин, сменяясь через день. Преимущество – состав бригады в течение дня постоянен, это увеличивает ответственность за выполнение производственного задания. Недостаток – неравномерная загрузка работников, высокая длительность рабочего дня.

5. Комбинированный график. Предусматривает сочетание различных графиков и используется на предприятии с удлиненным рабочим днем. Этот график часто используется в ресторанах, в котором работа в целом строится по двух бригадному графику выхода на работу, но с учетом технологического процесса изготовления блюд и загруженности торгового зала. Некоторые работники выходят на работу по ленточному графику.

Для учета рабочего времени каждого работника ведется табель учета рабочего времени, который подписывает директор предприятия. Табель является документом начисления заработной платы.

Также, следует учитывать во внимание внешний вид обслуживающего персонала. Он играет огромную роль в создании впечатления, которое складывается у гостя ресторана. Каждый день мы встречаем много людей, и каждый раз при встрече первое, что мы отмечаем- это внешний вид, даже не то, во что одет, а как. Наши гости, прежде всего, как и мы, оценивают наш внешний вид. [9]

В работе обслуживающего персонала кафе и ресторанов есть и определенные стандарты внешнего вида официанта:

- Как уже было сказано выше, самое главное во внешнем виде официанта - это униформа. Она должна быть идеальна и подчеркивать стабильность заведения. А это значит, она должна быть чистая, отглаженная, удобная обувь.

- Официант должен иметь при себе все необходимые подручные средства для работы. Это блокнот, ручки, зажигалка, часы и конечно бейдж. Клиент должен знать имя человека, который его обслуживает.

- Следующий момент в стандартах внешнего вида официанта - это допустимость украшений. Официант не должен выглядеть как новогодняя елка. Из украшений допустимо обручальное кольцо, неброские серьги и конечно часы.

- Руки официанта должны быть ухоженные, без каких-либо дефектов. У девушек официантов ногти должны быть не слишком длинные, аккуратный маникюр, использование косметики естественных оттенков. Не должно быть яркого макияжа.

- Отсутствие неприятных запахов. Это значит, что должна быть обязательная гигиена тела, принятие душа перед каждой сменой, легкая парфюмерия, использование антиперсперанта, отсутствие табачного запаха. Ни что не должно портить аппетита и перебивать запахи блюд.

- Чистые волосы. Волосы должны быть не только чистые, но и хорошо пострижены или уложены.

Устраиваясь на работу официантом, обязательно следует учесть все требования и стандарты к внешнему виду. Ведь первого, кого встречают посетители в кафе или ресторане - это официант. Именно по его внешнему виду, посетители станут судить, стоит ли вообще тут что-то заказывать. Официант - это тот человек, благодаря которому создается как первое, так и конечное мнение о самом заведении. Так что очень многое зависит от внешнего вида и работы обслуживающего персонала.

1.5 Перспективные технологии ресторанного бизнеса

В стремлении улучшить сервис и сократить скорость обслуживания, рестораны все шире внедряют мобильные блокноты официантов. Благодаря такому соотношению качеств, как стоимость, устойчивость wi-fi,

длительность заряда, и удобство интерфейса ажиотажный спрос у рестораторов вызвало решение на iPod, представленное в начале 2012 года.

При приеме заказа у столика он автоматически передается в бар и на производство по беспроводной сети, с этого же устройства можно напечатать счет. В современных девайсах встроена функция пейджинга, которая интегрирована с программно-аппаратным комплексом R-keeper, именно поэтому их можно использовать для передачи пейджинговых сообщений с кухни и со столиков.

Больше всего данная разработка популярна, когда в ресторане большой поток гостей, к примеру при бизнес-ланчах. Мобильные терминалы на iPod и в фаст-фудах, которые располагаются в местах с высоким трафиком, а также, для приема заказов в очереди. В результате, за счет увеличения скорости обслуживания, очередь к стационарным кассам разгружается, уменьшаются потери гостей, которые решили не ждать, когда их обслужат, а соответственно растут и продажи ресторана, и количество лояльных клиентов.

Еще одна интересная новинка, которая начинает появляться в России - это интерактивное электронное меню на планшете iPad. Это стильное и функциональное решение RK-Order, интегрированное с системой управления рестораном R-keeperV6 и V7. С помощью электронного меню гость не только сможет выбрать понравившиеся блюда, но и сделать заказ.

Преимущества решения: возможность отражения всегда актуальных цен на блюда, которые система R-keeper сама рассчитывает в зависимости от установленных скидок по дням недели или времени суток, представление меню на разных языках, оперативное исправление ошибок и опечаток, внесение дополнительных изображений и описаний, добавление новых блюд и акций. [19]

Получение оперативной обратной связи от гостя дает возможность контролировать ситуацию в заведении и быстро корректировать возможные ошибки и упущения со стороны персонала. Специальный раздел «Афиша»

предназначен для информирования гостя о планируемых мероприятиях или маркетинговых программах и предоставляет гостю возможность заранее зарезервировать удобный столик в плане зала на интересующее его событие, что позволяет привлекать дополнительное количество гостей и повысить их лояльность. В качестве дополнительного сервиса ресторатор может предоставить гостю возможность платного или бесплатного доступа в интернет с планшетного меню.

Также важна имиджевая составляющая, подчеркивающая индивидуальность и технологичность ресторана.

Сейчас на «яблочных» планшетах с решением «RK-Order» работают порядка 50 ресторанов: в Москве (VIP-зона аэропорта «Шереметьево», ресторан «Журавли», BQSafe), Нижнем Новгороде, Волгограде, а также в Литве, во Вьетнаме. Скоро они порадуют гостей ресторанов Екатеринбурга.

Новые технологии востребованы не только в зале ресторана, но и на производстве. Один из последних трендов - это использование система KDS-R-keeper (KitchenDisplaySystem), которая может полностью заменить сервис-печать или использоваться совместно с ней.

После сохранения заказа на станциях (мобильных блокнотах и др.), вся необходимая информация для приготовления отображается на мониторах, установленных на производстве, и доступна сразу всем сотрудникам. В данной системе существуют два вида мониторов: для поваров и официантов. На экранах повара отображается информация по заказам и блюдам, на экранах официанта - о состоянии готовности блюд, и при этом каждому этапу приготовления соответствует свой цвет. Система сигнализирует повару о запаздывании в приготовлении блюд. Официант же видит ориентировочное время выполнения заказа и стадию, в которой он находится. Использование данной технологии позволяет в отчетах анализировать время выполнения заказов, контролировать процесс приготовления блюд, помогают сокращать временные затраты на общение между персоналом и повышать скорость обслуживания гостей. Для фаст-фудов реализована система VDU R-keeper

(VideoDisplayUnit). В данной системе заказанные блюда появляются на дисплее в последовательном порядке по мере их ввода на кассовой станции (не дожидаясь сохранения заказа).

2 Анализ организации питания в ресторане при гостинице «Семь пятниц» - раздел изъят

3 Рекомендации по совершенствованию системы обслуживания в ресторане при гостинице «Семь пятниц» - раздел изъят

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из года в год ресторанный бизнес стремительно развивается и набирает обороты. Идёт серьёзная конкурентная борьба за посетителей. Именно этот фактор заставляет руководителей предприятий продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности предприятия общественного питания, но и детали, придающие заведению уникальность и неповторимость. Только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех её составляющих, гарантирован успех в развитии деятельности предприятия.

Предприятие общественного питания - это место интенсивного социального общения, стимулирующее движение адреналина в жилах посетителей, обслуживающего персонала и администрации. Ресторанный бизнес увлекателен и перспективен: правильный выбор места и кухни, атмосфера и толково организованное обслуживание создают возможность для привлечения рынка и дают хорошую прибыль и инвестиции.

При оказании услуг питания населению особенно важно избрать концепцию будущего заведения, то есть то, что выгодно отличить его среди большого числа конкурентов. Для рыночной концепции ресторанного бизнеса важно сочетание выгодного расположения, качества кушаний и обслуживания, разнообразия меню, цен, атмосферы и менеджмента. Для определения должного уровня всех этих компонентов и эффективного ведения ресторанного бизнеса предпринимателю важно придерживаться установленных государственных стандартов.

В современных системах управления предприятиями общественного питания все более заметную роль играет управление качеством продукции и услуг. Объясняется это, тем, что качество, наряду с ценой, гарантиями, сроками обслуживания и сервисом является наиболее весомым слагаемым конкурентоспособности услуг.

Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым фактором является предоставление таких услуг, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания целевых клиентов.

Данная бакалаврская работа была посвящена оценке системы обслуживания в ресторане при гостинице «Семь пятниц». Для разработки рекомендаций по усовершенствованию обслуживания гостей ресторана «Семь пятниц» с целью повышения уровня обслуживания, были поставлены следующие задачи:

- проанализировать литературные источники по теме исследования;
- проанализировать организацию и технологию обслуживания в ресторане «Семь пятниц»;
- разработать рекомендации по совершенствованию системы обслуживания в ресторане при гостинице «Семь пятниц».

Цель бакалаврской работы достигнута. Поставленные задачи решены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «О квалификационных требованиях (профессиональных стандартах) к основным должностям работников туристской индустрии» [Электронный ресурс]. Постановление Министерства труда и социального развития РФ № 8 от 17.05.1999. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_EXP_308405/
2. Профессиональные стандарты индустрии питания / Федерация Рестораторов и Отельеров. – Москва: Ресторанные ведомости, 2009. – 512 с.
3. ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. – Введ.01.01.2013.- Москва: Стандартинформ, 2014.- 17 с.
4. ГОСТ 30524-2013. Услуги общественного питания. Требования к персоналу.- Введ.01.01.2016. – Москва: Стандартинформ, 2013. – 12 с.
5. ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования. - Введ. 01.01.15. - Москва.: Стандартинформ, 2012. – 10 с.
6. ГОСТ 32692–2014. Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания. - Введ. 01.01.2016.- Москва.: Стандартинформ, 2013.- 14с.
7. Анисимов, В.П. Метрология, стандартизация и сертификация (в сфере туризма) [Текст]: учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по специальности «Туризм» / В.П. Анисимов, А.В. Яцук. - Москва.: Альфа: ИНФРА-М, 2010. – 252 с.
8. Арбузова,Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учебное пособие для студентов вузов / Н.Ю. Арбузова. – Москва: Академия, 2009 – 224с.
9. Архипов, В. Ресторанное дело: ассортимент, технология и управление качеством в современном ресторане: учебное пособие /

В.Архипов, Т.Иванникова, А. Архипова. – Москва: Фирма «ИЙКОС», Центр учебной литературы, 2007. – 382 с.

10. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство : организация, управление, обслуживание : учебное пособие [для студентов вузов] / С. И. Байлик. - 3-е издание, стереотипное. - Киев :Дакор, 2008. - 284 с.

11. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е.А.Балашова. – Москва: Вершина, 2005. – 176 с.

12. Велединский, В.Г. Гостиничное дело: учебное пособие, 2-е изд., перераб. и доп. Стандарт 3-го поколения (ФГОС ВО) / В.Г.Велединский. – Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 336 с.

13. Главчева, С.И. Организация производства и обслуживания в ресторанах и барах: учебное пособие / С.И. Главчева, Л.Е.Чередниченко– Санкт-Петербург.: Троицкий мост, 2012. – 208 с.

14. Зайко Г. М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебно-практическое пособие / Г. М. Зайко. – Москва.: МарТ 2007. – 325 с.

15. Иванова-Швец, Л.Н. Управление персоналом. Учебно-методический комплекс [Текст] / Л.Н. Иванова-Швец, А.А. Корсакова, С.Л. Тарасова – Москва.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. – 200 с.

16. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко – 3-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Новое знание, 2008. – 386с.

17. Колашников А.Ю. Кафе, бары, рестораны: Организация, практика и техника обслуживания. – Москва.: Велби; Проспект, 2005.- 384 с.

18. Комплекс отдыха «Семь пятниц» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sem-patniz.ru/>

19. Милл Р.К. Управление рестораном: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально - культурный сервис и туризм» /Р.К. Милл; пер. с англ. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 535 с.;

20. Радченко Л. А. Организация производства на предприятиях общественного питания : учеб.пособие / Л. А. Радченко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.- 423 с.;

21. Романов В.А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование: учебное пособие. - Ростов на Дону, 2010. - 221 с.

22. Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: Учебное пособие. / А.В. Сорокина. - Москва.: Альфа-М, Инфра-М, 2006. – 304 с.

23. Труханович Л. В. Персонал сферы гостиничного обслуживания : должностные и производственные инструкции / Л. В. Труханович, Д. Л. Щур. - Москва :Финпресс, 2008. - 157 с.

24. Усов В. В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / В. В. Усов. – Москва.: Академия, 2008. – 432 с.

25. Шапиро С.А. Основы управления персоналом в современных организациях [Текст] / С.А. Шапиро, О.В. Шатаева. – Москва.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2010. — 400 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ - изъятия

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра технологии и организации общественного питания

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Г.Л. Камоза

(подпись) (инициалы, фамилия)

« 21 » 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.03 «Гостиничное дело»

код и направление подготовки

43.03.03.01 «Ресторанная деятельность»

профиль направления подготовки

Оценка системы обслуживания в ресторане при гостинице «Семь пятниц»

тема

Руководитель



подпись, дата

доцент, канд.биол.наук

должность, ученая степень

И.В.Изосимова

инициалы, фамилия

Выпускник



подпись, дата

ГД-13-1

группа

В.А.Клименко

инициалы, фамилия

Нормоконтролер



подпись, дата

И.В.Изосимова

инициалы, фамилия

Красноярск 2017