

МОДУЛЬ 1. ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ И СТАНДАРТОВ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

ТЕМА 1. ФУНКЦИЯ РЕСТОРАНОВ, ГОСТИНИЦ. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ СФЕРЫ РЕСТОРАННОГО И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

1. Функция ресторанов и гостиниц.
2. Основные понятия ресторанного и гостиничного хозяйства.
3. Ресторан, особенности его назначения.
4. Производство, продажа и обслуживание с организацией отдыха.

1. Функция ресторанов и гостиниц.

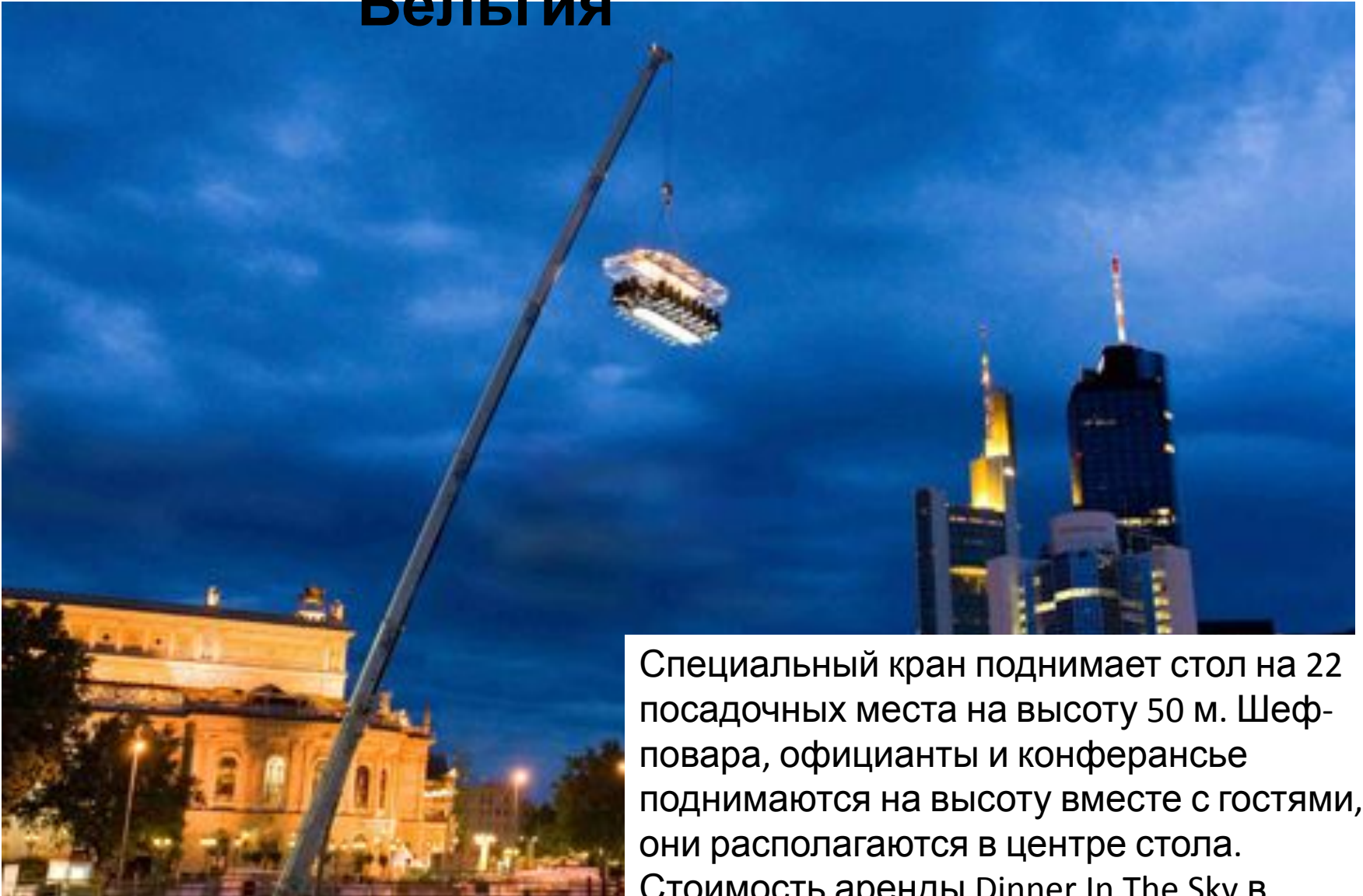
Предприятия ресторанного хозяйства выполняют три взаимосвязанные функции:

- производство кулинарной продукции;
- реализацию кулинарной продукции;
- организацию ее потребления.

Дополнительные к основным:

- закупка и хранение сырья и товаров;
- проведение маркетинговых исследований;
- транспортировка сырья и товаров и др.

Dinner in the Sky, Бельгия

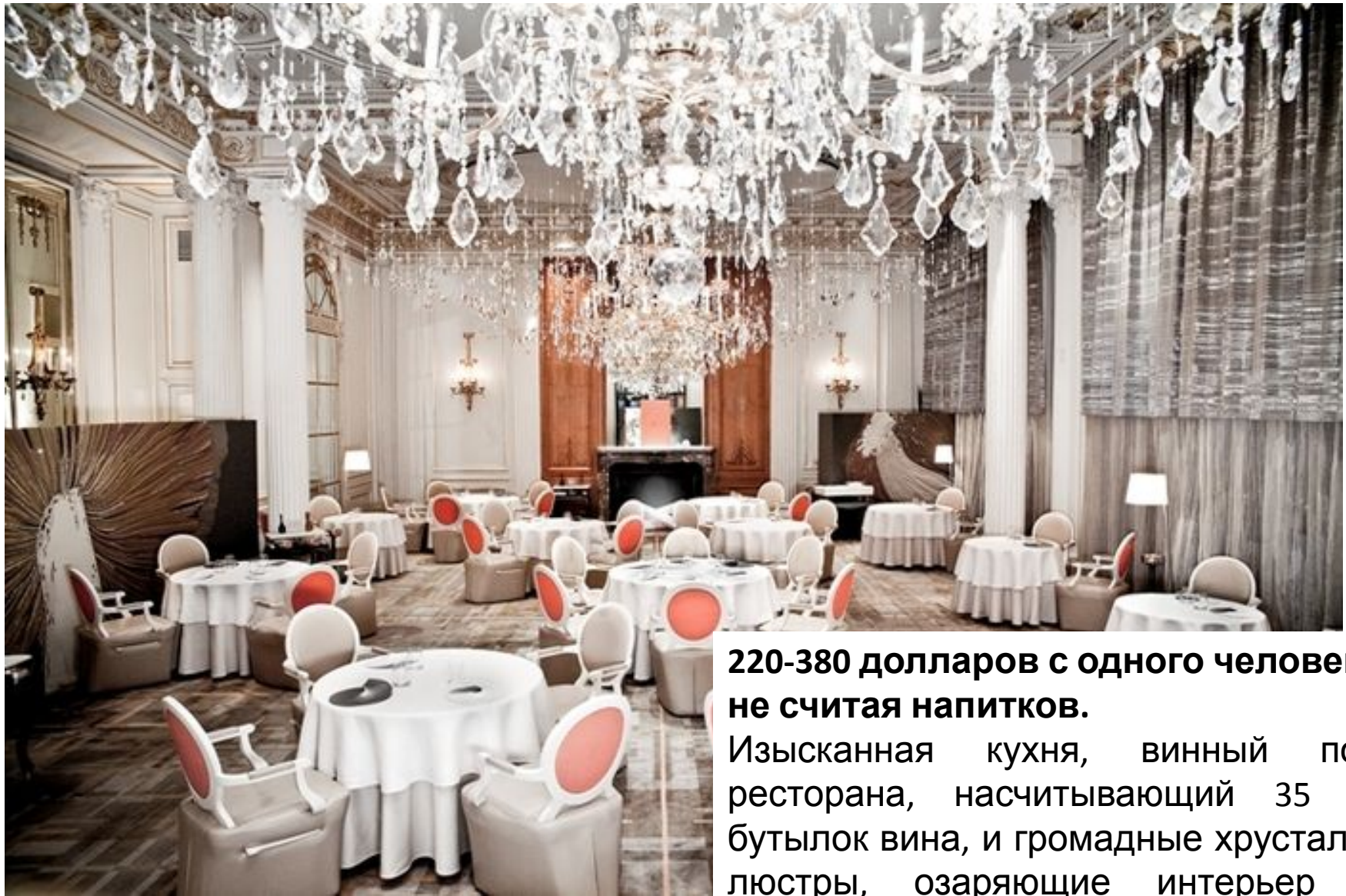


Специальный кран поднимает стол на 22 посадочных места на высоту 50 м. Шеф-повара, официанты и конференсье поднимаются на высоту вместе с гостями, они располагаются в центре стола. Стоимость аренды Dinner In The Sky в будний день составляет \$20 тыс.

Dinner in the Sky, For the



Alain Ducasse au Plaza Athénée, Франция



**220-380 долларов с одного человека,
не считая напитков.**

Изысканная кухня, винный погреб ресторана, насчитывающий 35 тыс. бутылок вина, и громадные хрустальные люстры, озаряющие интерьер Alain Ducasse au Plaza Athénée мерцанием 10

Товар предприятий ресторанного бизнеса

```
graph TD; A[Товар предприятий ресторанного бизнеса] --> B[Продукция общественного питания (блюда, кулинарные изделия, напитки и др.)]; A --> C[Средства, обеспечивающие потребление этой продукции (зал, гардероб, посуда, мебель и др.)]; A --> D[Сервис (сервировка стола, обслуживание, музыка, специальное освещение, дополнительные услуги)];
```

Продукция
общественного
питания (блюда,
кулинарные изделия,
напитки и др.)

Средства,
обеспечивающие
потребление этой
продукции (зал,
гардероб, посуда,
мебель и др.)

Сервис (сервировка
стола, обслуживание,
музыка, специальное
освещение, допол-
нительные услуги)

Критерии классификации услуг

Характер труда

Матери-
альные

Нематери-
альные

Характер
потребления

Производ-
ственный
характер

Личный
характер

Социальный
характер

Содержание

Материально-
бытовые

Торговые

Культурно-
массовые

Степень
необходимости

Основные

Дополни-
тельные

Прочие

По своей природе продукт ресторана является комплексным, включающим материальную часть - товар и нематериальную - услугу, и формирует определённые экономические отношения между потребителем и производителем услуг. Нематериальная часть продукта - услуга, является потребительской стоимостью, полезное действие которой не всегда проявляется в вещественной форме, она создаётся деятельностью обслуживающего персонала ресторана: поварами, барменами, официантами, аниматорами и пр.

Таким образом, в условиях товарно-денежных отношений продукция ресторанов приобретает экономическую форму «товаров-услуг», обладающих как потребительной стоимостью, так и стоимостью.

По характеру организации производства предприятия ресторанного хозяйства, в основном, схожи с предприятиями пищевой промышленности.

Однако, в отличие от предприятий пищевой промышленности, предприятия ресторанного хозяйства производят продукцию, не подлежит длительному хранению и должно быть быстро реализована. Часть продукции реализуется населению через сеть магазинов кулинарии для потребления в домашних условиях.

Специфической особенностью продукции предприятий ресторанного бизнеса является то, что она возникает каждый раз только по требованию совершенно определённого потребителя.

Удовлетворяя конкретные индивидуальные потребности, комплекс товаров и услуг уже носит социальный характер, т.к. его целью является наиболее полное удовлетворение потребностей населения в рациональном, общественно-организованном питании и развлечении.

В ресторане осуществляется производство пищевой продукции (цех является сферой производства).

Происходит обмен продукции общественного питания за деньги. Выполняя функцию обмена, ресторанное хозяйство является одним из звеньев обращения денег.

Происходит организация личного потребления (торговый зал — это сфера потребления).

В этой сфере осуществляется процесс распределения, так как часть продовольственных ресурсов распределяется по фондам.

Главная функция гостиничного предприятия - предоставление временного жилья за денежное вознаграждение.

гостиница - имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг;

- потребитель - гражданин, имеющий намерение заказать либо заказывающий и использующий услуги исключительно для личных (бытовых) нужд;

Гостиницы обладают следующими признаками:

1. Состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство.
2. Предоставляют различные гостиничные услуги, перечень которых не ограничивается ежедневной заправкой постелей, уборкой номера и санузла.
3. Сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартами страны.
4. Не входят в категорию специализированных заведений.

В американской и отечественной практике придерживаются следующей типологии гостиниц по вместимости:

- менее 100 мест - малые гостиницы;
- от 100 до 500 мест - средние гостиницы;
- более 500 мест - крупные гостиницы.

Стандартизированный список терминов и обозначений типов питания

- **RR** - room rate, **RO** - room only, **OB** - only bed, а также **EP**, **BO**, **AO**, **NO** - без питания;
- **A-la carte** - меню, в котором каждое блюдо указано с ценой
- **BB (bed & breakfast)** — завтраки;
- **HB (half board)** — полупансион в стоимость проживания включен завтрак и ужин (шведский стол), бесплатный чай, кофе, вода на завтрак;
- **HB+ - half board +, extended half board** - расширенный полупансион - завтрак и ужин (шведский стол), а также алкогольные и безалкогольные напитки местного производства весь день

Стандартизированный список терминов и обозначений типов питания

- **FB (full board)** - полный пансион - завтрак, обед и ужин (шведский стол).;
- **FB+, EXTFB - full board +, extended half board** - расширенный полный пансион - завтрак, обед и ужин (шведский стол), а также напитки (в ряде отелей пиво и вино) во время приема пищи.
- Mini all inclusive** - полный пансион с напитками местного производства не только во время еды, но в ограниченном количестве.
- ALL, AI - all inclusive** - завтрак, обед и ужин (шведский стол). В течение дня предлагаются напитки (местного производства (алкогольные и безалкогольные) в неограниченном количестве плюс дополнительное питание (второй завтрак, полдник, поздний ужин, легкие закуски, барбекю в барах отеля и т.п.).
- UAL, UAI - ultra all inclusive** - завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин (шведский стол). Достойный выбор сладостей, десертов, всевозможных закусок, а также широкий выбор напитков местного и импортного производства.

Стандартизированный список терминов и обозначений типов питания

СВ - Континентальный завтрак - легкий завтрак, состоящий из кофе или чая, сока, булочки, масла и джема.

АВ - Американский завтрак - аналогичен континентальному завтраку, включает различные нарезки и горячие блюда.

Английский завтрак - полный завтрак, обычно включает сок, яичницу, тосты, масло, джем и кофе (чай).

Buffet - Шведский стол — самообслуживание. Блюда выложены на подносах и каждый самостоятельно набирает себе нужное количество. Напитки подаются или тут же в баре, или

Стандартизированный список терминов размещения

- **SGL** (single) — одноместное размещение;
- **DBL** (double) — двухместное размещение;
- **TRPL** (triple) — трехместное размещение номер с двумя кроватями и диванчиком, на котором можно уложить ребенка
- **Family room** — размещение в номере люкс с отдельными комнатами;
- **Extra Bed** — дополнительная кровать;
- **Chi** (child) — ребенок;
- **Ad** (adult) — взрослый;
- **SV** (Sea View) — вид на море;
- **double twin** — номер с двумя кроватями;
- **king size** — номер с одной большой кроватью для семейной пары.

Стандартизированный список терминов и обозначений типов размещения

- **RON** — без уточнения размещения;
- **MB** — основное здание;
- **BG** — бунгало;
- **Standart, STD** - стандартная комната
- **De Luxe** — номера повышенной комфортности;
- **Superior** — комната большего размера, чем стандартная;
- **Minisuite** — маленький сьют;
- **business** — большой номер с компьютером, факсом, пригодный для работы;
- **Suite** — двухкомнатный номер с гостиной и спальней с мебелью и оборудованием высокого качества;
- **Ex. suite** — сьюты с 2мя спальнями;
- **President** - самые роскошные номера гостиницы,

Концепция ресторана – это техническое задание, или пошаговая инструкция создания вашего ресторана как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих.





120 стран

Около 40 000 ресторанов, в которых ежедневно обслуживается более 15 миллионов Гостей.

Yum! Brands Inc — это ведущий ресторанный холдинг, в состав которого входят такие бренды, как KFC, Pizza Hut и Taco Bell, — мировые лидеры среди ресторанов, предлагающих блюда из курицы, пиццу и мексиканскую кухню. Компания появилась 7 октября 1997 года.

Сегодня Yum! Brands Inc — это крупнейший оператор в мире по количеству ресторанов быстрого обслуживания. За около 40 000 ресторанов более чем в 120 странах мира. Из них 21% — принадлежат компании, 79% — работает по франчайзингу. В 2010 году оборот компании составил свыше 11 млрд долларов.

www.kfc.ru
www.yum.com



Ресторанный бренд
- это образ,
представление,
впечатление,
которое
складывается у
посетителя после
посещения
заведения.



1. Ранний гость

2. Поздний гость

3. Посетитель, который спешит

4. Фамильярный посетитель

5. Вечно недовольный гость

6. Разозленный гость

7. Скандалист

8. Утомленный гость

Посетители ресторана

Классификация
посетителей, их
привычки, уровень
дохода, количество
проживающих в
радиусе действия
кафе, ритм
движения в
близости от кафе –
по дням недели и в
течение суток,
расчет
посещаемости,

Внешнее оформление и дизайн интерьера – рекомендации по внешнему и внутреннему оформлению ресторана. Мебель и посуда также относится к компетенции дизайнера.

Меню

Предлагается общее направление кухни.

Определяется приблизительное количество блюд в каждой категории; предлагается структура меню – разделы фирменных блюд. Разрабатывается ценовая политика. Рассчитывается средний чек.

Персонал и зарплаты

Определяется в первую очередь уровень и особенности обслуживания, которые могут быть востребованы в организуемом ресторане.

Делается расчет количества персонала и ориентировочные зарплаты.

Оборудование для кухни

Рассчитывается примерное количество и состав необходимого оборудования, даются рекомендации по маркам.

Привлечение клиентов (маркетинг)

Финансовый план