

# ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

## ЛЕКЦИЯ 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



# УЧЕБНЫЕ ВОПРОСЫ:

- 5.1 Типы предприятий общественного питания и их классификация (рестораны, кафе, бары и т.д.).
- 5.2 Организация производственных процессов.
- 5.3 Организация обслуживания посетителей.
- 5.4 Маркетинг и продвижение услуг общественного питания.



# 5.1 ТИПЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

- Тип предприятия общественного питания - вид предприятия с характерными особенностями кулинарной продукции и номенклатуры предоставляемых услуг истребителям. Согласно ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» основные типы предприятий общественного питания - это рестораны, бары, столовые, кафе, закусочные.
- Но согласно сказанному выше предприятия общественного питания классифицируются по стадиям производства, поэтому существуют такие типы заготовочных предприятий, как фабрика-заготовочная, комбинат полуфабрикатов, кулинарная фабрика; по большому объему выпускаемой кулинарной продукции выделяются такие типы предприятий общественного питания, как фабрики-кухни, комбинаты питания.
- Для расширения услуг, предоставляемых в общественном питании, организуются буфеты, предприятия по отпуску обедов на дом, магазины кулинарии.



Услуги, предоставляемые потребителям в предприятиях общественного питания различных типов и классов, согласно ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания» подразделяются на:

- услуги питания;
- услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий;
- услуги по организации потребления и обслуживания;
- услуги по реализации кулинарной продукции;
- услуги по организации досуга;
- информационно-консультативные услуги;
- прочие услуги



# ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ ПРЕДПРИЯТИЙ ОП:

Услуги общественного питания независимо от типа предприятия должны отвечать требованиям:

- соответствия целевому назначению;
- точности и своевременности предоставления;
- безопасности и экологичности;
- эргономичности и комфортности;
- эстетичности;
- культуры обслуживания;
- социальной адресности;
- информативности.





# ТИПЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



- **Фабрика-заготовочная** - это крупное механизированное предприятие, предназначенное для производства полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских изделий и снабжения ими других предприятий общественного питания и предприятий розничной сети.
- **Комбинат полуфабрикатов** отличается от фабрики-заготовочной тем, что выпускает только полуфабрикаты из мяса, птицы, рыбы, картофеля и овощей и большей мощностью. Мощность такого предприятия проектируется до 30 т перерабатываемого сырья в сутки.
- **Фабрика-кухня** - это крупное предприятие общественного питания, предназначенное для выпуска полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий и снабжения ими доготовочных предприятий.
- **Комбинат питания** - крупное торгово-производственное объединение, в состав которого входят: фабрика-заготовочная или специализированные заготовочные цехи и доготовочные предприятия (столовые, кафе, закусочные).
- **Столовая** - общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей предприятие общественного питания, производящее и реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням меню.



- **Ресторан** - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией досуга.
- **Вагоны-рестораны** - предназначены для обслуживания пассажиров железнодорожного транспорта в пути. Вагоны-рестораны включаются в состав поездов дальнего следования, находящихся в пути в одном направлении более суток.
- **Купе-буфеты** - организуются в поездах с продолжительностью рейса менее суток. Занимают они 2-3 купе;
- **Бар** - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные напитки, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Бары подразделяются на классы: люкс, высший и первый.
- **Кафе** - предприятие общественного питания, предназначенное для организации отдыха потребителей. Ассортимент реализуемой продукции по сравнению с рестораном ограниченный. Реализует фирменные, заказные блюда, мучные кондитерские изделия, напитки, покупные товары.



- **Кафетерий** организуется преимущественно при крупных продовольственных и универсальных магазинах. Предназначен для продажи и потребления на месте горячих напитков, молочнокислых продуктов, бутербродов, кондитерских изделий и других товаров, не требующих сложного приготовления.
- **Закусочная** - предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления для быстрого обслуживания потребителей. Услуга питания закусочной зависит от специализации.
- **Чайная** - специализированная закусочная, предприятие, предназначенное для приготовления и реализации в широком ассортименте чая и мучных кондитерских изделий.
- **Шашлычная** - распространенный вид специализированного предприятия. В меню шашлычной не менее трех-четырех наименований шашлыков с разными гарнирами и соусами, а также люля-кебаб, чахохбили, цыплята-табака, из первых блюд - харчо и другие национальные блюда, пользующиеся большим спросом у посетителей.
- **Пельменные** - специализированные закусочные, основной продукцией которых являются пельмени с различными фаршами.
- **Блинные** специализируются на приготовлении и реализации изделий из жидкого теста - блинов, блинчиков, оладий, блинчиков фаршированных с различными фаршами.



## 5.2 СОСТАВЛЕНИЕ МЕНЮ ДЛЯ РАЗНЫХ КАТЕГОРИЙ ТУРИСТОВ

Составление меню считается сложным делом. Это одновременно наука и искусство, требующие большого практического опыта и учета разнообразных факторов, к которым прежде всего относятся:

- предпочтения гостей;
- национальная или государственная принадлежность гостей;
- численность и квалификация персонала;
- наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность;
- наличие и свежесть необходимых ингредиентов.



## Предпочтения гостей.

- Меню составляется с мыслями о гостях, а не о том, что любит владелец и может приготовить шеф-повар. Меню должно соответствовать профилю и концепции ресторана. Причиной успеха многих известных предприятий питания явилось то, что они смогли сфокусировать свои концепции на вкусах и пожеланиях гостей, прежде всего получивших отражение в меню.

## Национальная или государственная принадлежность гостей.

- Меню составляется с учетом традиций питания разных народов, особенностей национальной кухни.

## Численность и квалификация персонала. Учет данного фактора позволяет ответить на вопросы:

1. Достаточно ли численность персонала для того, чтобы справиться с потоком заказов в часы пик?
2. Соответствует ли профессиональное мастерство персонала (поваров, официантов) ожиданиям гостей?



## Наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность.

- При составлении меню очень важно учесть этот фактор. Проблема учета мощностей обусловлена широким разнообразием блюд в меню, приготовление которых требует сложной технологии и соответствующего оборудования.

## Наличие и свежесть необходимых ингредиентов.

- Большинство ингредиентов, необходимых для приготовления блюд, должно иметься в наличии круглый год. Клиентов важно правильно проинформировать о том, из каких продуктов были приготовлены блюда: из свежих, замороженных, консервированных, сушеных и т.д.

---

Организация обслуживания групп иностранных туристов предполагает **использование нескольких видов меню**, учитывающих особенности национальной кухни гостей и включающих блюда местной национальной.

Должно быть комплексное меню европейских завтраков, меню обеда и ужина для групповых туристов, меню порционных блюд, диетических или вегетарианских, детских и т.д.



# ТИП (ВИД) ПИТАНИЯ

Вид питания всегда указывается в составе туристских услуг: завтрак, полупансион, полный пансион.

- полный пансион (full board - F/B): 3-разовое питание в день (завтрак, обед и ужин);
- полупансион (half board - H/B): 2-разовое питание (завтрак + обед или завтрак + ужин);
- только завтрак (bed and breakfast - B/B).



# РАЗЛИЧИЯ ПО ФОРМЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ:

---

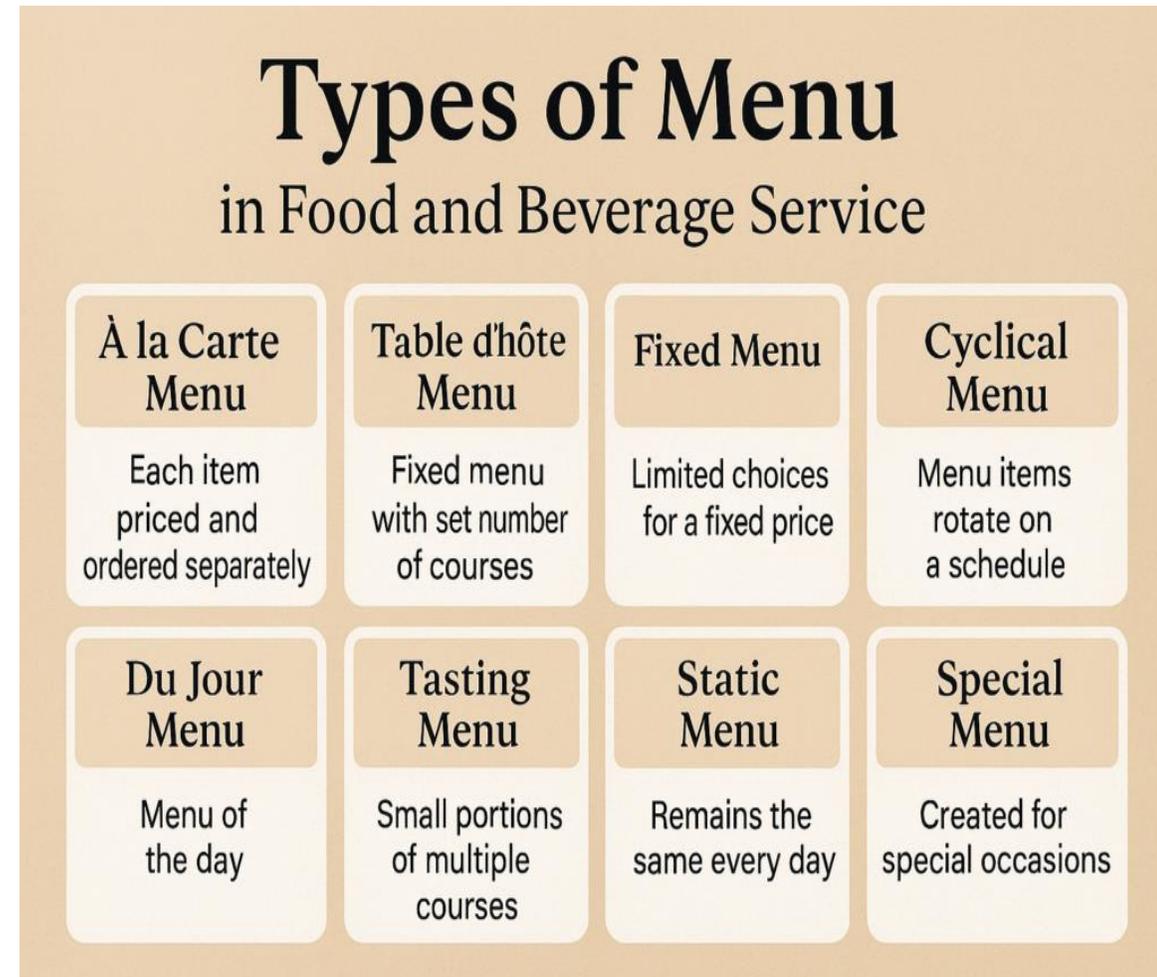
- обслуживание «а ля карт», т.е. свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню. Используется обычно при обслуживании индивидуальных туристов;

---

- обслуживание «табльдот», т.е. по единому для всех клиентов меню без права выбора блюд. В большинстве случаев используется при организации питания тур групп;

---

- «шведский стол», т.е. свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание. Стоимость питания, включенного в цену пакета уменьшается от первого к третьему пункту.



# 5.3 ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

- Организация обслуживания посетителей является одним из **ключевых аспектов** успешной работы любого предприятия общественного питания.
- От того, насколько качественно и эффективно организовано обслуживание, зависит не только удовлетворенность клиентов, но и репутация заведения, его конкурентоспособность и, как следствие, прибыльность.
- **Обслуживание посетителей** – это сложный и многогранный процесс, включающий в себя множество элементов, от встречи гостей и приема заказов до подачи блюд и расчета.



# КЛЮЧЕВЫЕ ПРАВИЛА

- Лестницы, ведущие к входу на предприятие питания, расположенному автономно, должны быть снабжены специальными пандусами для передвижения детских и инвалидных колясок. Вход, должен быть оборудован козырьком для защиты от атмосферных осадков.
- У входа на предприятие питания должны быть размещены урны для мусора, телефоны-автоматы. Здесь рекомендуется размещать средства рекламы, декоративные композиции из зеленых насаждений, скульптуры и другие элементы декоративного оформления.
- На территории, прилегающей к предприятию питания, не допускается: проводить погрузочно-разгрузочные работы, складировать тару, строительные материалы, размещать контейнеры с мусором; сжигать мусор, отходы и порожнюю тару.
- Вход на предприятие должен обеспечивать одновременное движение двух встречных потоков посетителей на выход и на вход. Створки дверей должны открываться без чрезмерных усилий и автоматически закрываться за посетителем, не заставляя его ускорять движение.



## Существует три основных способа предоставления услуги питания:

- питание, оплаченное туристом;
- питание, не включенное в стоимость тура и предоставляемое за дополнительную плату;
- самообслуживание.



*Оплаченное питание* предполагает включение в стоимость гостиничного номера или тура всех расходов на питание туристов.

- Это может быть только завтрак (континентальный или полный);
- завтрак и ужин, или завтрак и обед или обед — ужин (полупансион); трехразовое питание (полный пансион).
- Иногда в стоимость питания включают прохладительные (вода, соки) и алкогольные напитки (пиво, шампанское, вина). Если питание не включено в стоимость тура, то за него турист платит в месте пребывания и оказания этой услуги.

*Самообслуживание* означает, что туристы сами себе готовят пищу (чаще всего в пансионатах, кемпингах) или питаются в залах ресторанов, где установлен шведский стол, или в кафе.



# ЗАВТРАК

- Завтрак предоставляется туристам с 7 до 10 ч; обед - с 12 до 15 ч; ужин — с 17 до 20 ч.
- Как правило, в ресторанах при гостиницах завтрак организуют туристам в виде шведского стола с самообслуживанием и выбором блюд из представленного ассортимента. Сервировка столов к завтраку должна быть минимальна.
- Детям от 2 до 12 лет, путешествующим в составе группы туристов, питание предоставляется по специальному меню с 50%-ной скидкой стоимости питания соответствующего класса обслуживания.
- При обслуживании туристов *континентальными завтраками* сначала производят предварительную сервировку столов на 6—8 человек, затем в торце стола ставят группами чашки с блюдцами и ложками для горячих напитков, горячую закуску (яичницу-глазунью или блины) или легкое второе блюдо (яйцо всмятку или омлет, кашу молочную) официант подает европейским методом.
- Аналогично производят обслуживание туристов *полными завтраками*, но на столы заранее ставят не один вид закуски, а холодные закуски в ассортименте (сыр, колбаса сырокопченая, ветчина, карбонат). Для ускорения обслуживания туристам предлагают один вид континентального или полного завтрака.



# ОБЕД

- Обед, как правило, состоит из холодной закуски, супа, второго горячего блюда, десерта, кофе или чая. В меню ужина включают холодную закуску, второе горячее блюдо, десерт и горячий напиток. К обеду и ужину подают прохладительные напитки или пиво.
- Меню обеда и ужина составляют в двух вариантах на каждый день в пределах согласованной с заказчиком суммы и накануне предлагают для выбора руководителю группы туристов через гида-переводчика (если обед и ужин организуют без шведского стола).
- Предварительное накрытие столов к обеду осуществляют следующим образом. Столы сервируют так же, как и к комплексному обеду. По торцам стола расставляют чашки с блюдцами и ложками для кофе и чая. Заранее на стол ставят закуску против каждого гостя. Суп в супнице с разливательной ложкой на пирожковой тарелке располагают ближе к центру стола. На стол ставят также корзинку с хлебом, вазу с выпечными изделиями или пирожными, сладкие блюда в креманках. Подачу горячих блюд осуществляют европейским методом. Горячие напитки официанты разливают из чайников и кофейников.



# ОСОБЕННОСТИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ

- При организации обслуживания групп иностранных туристов следует использовать **бригадно-звеньевой метод**. Бригада состоит из бригадира и двух-трех членов бригады. Бригадир постоянно находится в зале, обслуживает потребителей, принимает заказы на дополнительную продукцию за наличный расчет, руководит работой официантов. Члены бригады сервируют столы, получают продукцию на раздаче или в сервис-баре, доставляют ее в зал, обслуживают потребителей и производят сбор использованной посуды.
- Обслуживание индивидуальных туристов в ресторанах и кафе. Для питания туристов-индивидуалов выделяют отдельный зал. Иностранцев обеспечивают трехразовым питанием (завтраком, обедом и ужином). Завтрак предоставляется по безналичному расчету, если его стоимость входит в стоимость тура, или за наличный расчет
- Обеды и ужины отпускают иностранным туристам в соответствии с заказом по меню а ля карт, которое должно быть **отпечатано на двух языках** (русском и иностранном).
- Обеды и ужины отпускают иностранным туристам-индивидуалам за наличный расчет и по кредитным карточкам (Америкен Экспресс, Дайнерс Клуб, Банк оф Америка/Виза Еврокарт). Информацию о предоставлении услуг по кредитным карточкам, в том числе эмблемы иностранных фирм, помещают на видных местах в гостинице, ресторане, кафе.



## 5.4 МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Основы маркетинга на предприятии общественного питания: понятия «четыре пи» и «семь пи» в маркетинге предприятий общественного питания.

- Первое «пи»: продукт
- Второе «пи»: цена
- Третье «пи»: место (распространение)
- Четвёртое «пи»: продвижение
- «Пи» №5: персонал (люди)
- «Пи» №6: процесс
- «Пи» №7 физические признаки.



# РЫНОЧНАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УСЛУГ.

Географическая — деление рынка на различные географические единицы: страны, регионы, области, города, районы и т.д.

Демографическая — деление рынка на группы в зависимости от таких характеристик потребителей, как: возраст, пол, семейное положение, социальный класс, жизненный цикл семьи, религия, национальность, раса.

Социально-экономическая - деление потребителей по уровню доходов, роду занятий, уровню образования.

Психологическая— деление рынка на различные группы в зависимости от жизненного стиля или личностных характеристик потребителей.

Позиционирование продукта - исходя из оценок потребителей на рынке определенного продукта, осуществить выбор таких параметров продукта и элементов комплекса маркетинга, которые с точки зрения целевых потребителей обеспечат продукту конкурентные преимущества.



# МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Маркетинг в ОП - это эффективное управление производством и продажей собственной продукции и услуг, ориентированное на удовлетворение спроса потребителей и достижение высокого уровня доходности.

Применение маркетингового подхода обеспечивается по отношению к таким элементам, как:

- персонал – знания, умения и навыки, которые устанавливаются исходя из требований к уровню качества продукции и услуг;
- процесс – этапы производства продукции и обслуживания потребителя;
- окружающая среда – место оказания услуг общественного питания, интерьер, оборудование.



# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДУКТА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.

## Этапы:

- проводится детальное исследование рынка с целью определения, какие атрибуты (необходимое) являются важными для данного рыночного сегмента, и устанавливается приоритетность этих атрибутов;
- составляется перечень конкурирующих продуктов, обладающих выявленными атрибутами;
- устанавливается идеальный уровень значений атрибутов для конкретного сегмента рынка. Проводится сравнительная оценка атрибутов позиционируемой марки продукта по сравнению с идеальным уровнем и по сравнению с продуктами конкурентов.



## Особенности рекламы в общественном питании:

- направлена на укрепление в общественном сознании бренда предприятия;
- строится на основе информационного повода (информация о месторасположении, режиме работы, ассортименте блюд, мероприятиях, кулинарных шоу и т.д.);
- использует широкий круг носителей информации (вывески, стенды, листовки, буклеты, витрины, СМИ, сувениры, специальные издания, Интернет и др.).

