

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное бюджетное государственное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФБГОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологий
Кафедра сервисных технологий
Направление подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело
Профиль: Гостиничная деятельность

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ И. В. Абакумова
« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Особенности организации работы службы питания гостиничного комплекса «Дружба» г. Благовещенск

Исполнитель

студент группы 289-об _____

(подпись, дата)

О.О. Федорчук

Руководитель

доцент, канд. техн. наук _____

(подпись, дата)

Е.И. Помазкова

Нормоконтроль

доцент, канд. пед. наук _____

(подпись, дата)

Е.В. Пшеничникова

Благовещенск 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное бюджетное государственное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФБГОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологий
Кафедра сервисных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
_____ И. В. Абакумова
« _____ » _____ 2016 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Федорчук Ольги Олеговны.

1. Тема бакалаврской работы: Особенности организации работы службы питания гостиничного комплекса «Дружба» г. Благовещенск (утверждена приказом от 03.06.2016 г № 1215-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы: 22.06.2016

3. Исходные данные к бакалаврской работе: ГОСТ 50762-2007. Общественное питание. Классификация предприятий

4. Содержание бакалаврской работы: 1. Теоретические аспекты организации функционирования службы питания в гостиничном предприятии 2. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности службы питания гостиничного комплекса «Дружба»

5. Перечень материалов приложений: 1. Типы ресторанов. 2. Дополнительные типы организации ресторанного сервиса. 3. Методы обслуживания. 4. Теории питания. 5. Образец анкеты для гостей ресторана «Дружба». 6. Пример тейбл-тента

6. Дата выдачи задания: 25.04.2016

Руководитель бакалаврской работы: Помазкова Елена Ивановна (доцент, Кандидат технических наук)

Задание принял к исполнению 25.04.2016

(дата, подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 76 страниц, 17 рисунков, 8 таблиц, 6 приложений, 65 источников.

ОРГАНИЗАЦИЯ, СЛУЖБА ПИТАНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ ПИТАНИЯ, МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ, РЕСТОРАННЫЙ СЕРВИС, АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, АНАЛИЗ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, АНКЕТНЫЙ ОПРОС, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ, ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ

В данной бакалаврской работе рассмотрены проблемы по вопросу организации работы службы питания гостиничного предприятия.

Объектом бакалаврской работы является деятельность службы питания гостиничного комплекса «Дружба».

Предмет бакалаврской работы – работа службы питания.

Цель бакалаврской работы – разработка мероприятий по совершенствованию организации питания ресторана гостиничного комплекса «Дружба» г. Благовещенск.

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи:

- изучить особенности организации и функционирования службы питания на гостиничном предприятии;
- охарактеризовать и проанализировать деятельность гостиничного комплекса «Дружба»;
- охарактеризовать и проанализировать деятельность службы питания гостиничного комплекса «Дружба»;
- оценить уровень ресторанного сервиса на гостиничном предприятии «Дружба»;

- разработать и предложить мероприятия по совершенствованию деятельности гостиничного комплекса «Дружба».

Для решения поставленных задач использовались следующие методы:

- теоретические: изучение и анализ нормативных материалов, научной литературы, интернет источников; обобщение опыта гостиничной деятельности; моделирование;

- эмпирические: наблюдение, тестирование, беседы с экспертами, анкетирование гостей предприятия питания;

- математические: метод априорного ранжирования с целью оценки текущего уровня ресторанного сервиса предприятия питания.

Данные методы легли в основу бакалаврской работы и обеспечили её целостность в соответствии с поставленными целями и задачами.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	11
1 Теоретические аспекты организации функционирования службы питания в гостиничном предприятии	13
1.1 Специфика организации функционирования службы питания в гостиничном предприятии	13
1.2 Современные тенденции питания	23
1.3 Методики исследования ресторанного сервиса службы питания	30
Вывод по первому разделу	37
2 Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности службы питания гостиничного комплекса «Дружба»	39
2.1 Анализ деятельности гостиничного комплекса «Дружба»	39
2.2 Анализ технико-экономических показателей службы питания гостиничного комплекса «Дружба»	48
2.3 Анкетный опрос потребителей услуг питания ресторана «Дружба»	51
2.4 Анкетный опрос экспертов предприятия питания гостиничного комплекса «Дружба»	37
2.5 Мероприятия по усовершенствованию деятельности службы питания гостиничного комплекса «Дружба»	62
Вывод по второму разделу	66
Заключение	68
Библиографический список	71
Приложение 1. Типы ресторанов	77
Приложение 2. Дополнительные типы организации ресторанного сервиса	78
Приложение 3. Методы обслуживания	79
Приложение 4. Теории питания	81
Приложение 5. Образец анкеты для гостей ресторана «Дружба»	85
Приложение 6. Пример тейбл-тента	86

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящей бакалаврской работе использованы ссылки на следующие стандарты и нормативные документы:

ГОСТ 2.104-68 ЕСКД Основные надписи

ГОСТ 2.105-95 ЕСКД Общие требования к текстовым документам

ГОСТ 2.106-96 ЕСКД Текстовые документы

ГОСТ 2.111-68 ЕСКД Нормоконтроль

ГОСТ 3.1103-83 ЕСКД Основные надписи

ГОСТ 3.1130-93 ЕКСД Основные требования к формам и бланкам документов

ГОСТ 3.1105-84 ЕКСД Правила оформления документов общего назначения

ГОСТ 50762-2007. Общественное питание. Классификация предприятий

ГОСТ Р 50645-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования

ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования

ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513-2003) Туристские услуги гостиницы, гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения

ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения

ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования

ГОСТ Р 54599-2011 Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха

ГОСТ Р ИСО 90004-2001 Система менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности

Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), с изменениями 5/99 ОКУН, включая раздел 060000 Туристские услуги и услуги средств размещения

Приказ Минкультуры России от 11.07.2014 № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристкой индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями»

Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»

СанПиН 2.3.2.1324-03 «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов»

Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов: Санитарно-эпидемиологические правила

СанПиН 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья»

Ст ОО РАСТ 02-04 «Гостиничный стандарт РАСТ. Основные положения»

Федеральный закон от 29.12. 2014 г. № 473-ФЗ (в ред. ФЗ от 13.07.2015) «О территориях опережающего социально-экономического развития»

Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300 – 1 (ред. от ФЗ 13.07.2015) «О защите прав потребителей»

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

ЗОЖ – Здоровый образ жизни

РАМН – Российская академия медицинских наук

ГМО – Генетически модифицированный организм

ЗАО – Закрытое акционерное общество

КНР – Китайская народная республика

ВВЕДЕНИЕ

Успех работы гостиничной индустрии в целом и каждого отдельного взятого предприятия зависит от согласованности действий очень многих специалистов различных служб. В частности службы питания, деятельность которой является второй по важности. Для большинства клиентов уровень гостиницы напрямую связан с качеством службы питания. Находясь далеко от дома, в командировке или поездке иного рода человеку приходится выходить из зоны комфорта, приспосабливаться к совершенно другому окружающему миру. Это касается и питания. Именно поэтому, службе питания уделяется особое внимание в гостинице.

Ресторанный сервис в структуре гостиничного предприятия - это самостоятельная социально-организационная сфера с динамикой культурно-экономических процессов, отражающих растущие потребности с учетом разнообразных индивидуальных вкусов в системе питания. Он направлен на обслуживание проживающих в гостинице клиентов и посетителей. Его цель и задачи тесно связаны с миссией гостиничного предприятия. Основной целью службы питания является обеспечение гостей и посетителей вкусной, здоровой и безопасной едой [44].

Ресторанный сервис гостиничного предприятия призван дополнить собой многочисленные компоненты в развитии гостиничной индустрии. К таким компонентам, требующим взаимодействия с гостями, следует отнести:

- укрепление здоровья клиентов в единстве с культурой питания;
- сохранение устойчивого социального настроения;
- формирование эффективных направлений образа жизни;
- совершенствование стимулов к познанию видов питания в соответствии с затратами и результатами.

Главной задачей любого гостиничного предприятия является извлечение максимальной прибыли с помощью предоставляемого клиентам набора основ-

ных и дополнительных услуг. Для этого гостинице необходимо учитывать множество факторов, одним из которых является следование последним тенденциям моды. В настоящее время сформировалась мода на активное времяпровождение и правильное здоровое питание. Особо актуальной такая тенденция установилась в кругу людей с достатком выше среднего. Именно поэтому необходимо интегрировать здоровое питание в общую концепцию гостиницы. Единая концепция здорового образа жизни способна привлечь новых клиентов, укрепить клиентскую базу, стимулировать продажи других подразделений гостиничного предприятия.

Актуальность темы исследования обусловлена увеличением количества приезжающих в Амурскую область западных специалистов, иностранных туристов, пищевые привычки которых важно и нужно учитывать при организации функционирования службы питания на гостиничном предприятии.

Цель бакалаврской работы – совершенствование организации работы ресторана гостиничного комплекса «Дружба».

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи:

- изучить особенности организации и функционирования службы питания на гостиничном предприятии;
- охарактеризовать и проанализировать деятельность гостиничного комплекса «Дружба»;
- охарактеризовать и проанализировать деятельность службы питания гостиничного комплекса «Дружба»;
- оценить уровень ресторанного сервиса на гостиничном предприятии «Дружба»;
- разработать и предложить мероприятия по совершенствованию деятельности гостиничного комплекса «Дружба».

Объектом исследования бакалаврской работы является деятельность службы питания гостиничного комплекса «Дружба».

Предмет бакалаврской работы – работа службы питания.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Специфика организации функционирования службы питания гостиничного предприятия

Предоставление услуги питания – второй основной вид деятельности большинства гостиниц после предоставления услуг проживания. Структурным подразделением, обеспечивающим гостей услугами питания в гостинице, является служба питания. Она занимается обслуживанием клиентов в ресторанах, кафе, барах гостиницы, обеспечением питания в номерах, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и других мероприятий. Цель службы питания – обеспечение гостей вкусной, полезной и здоровой пищей [21].

В состав службы питания входят одно или несколько предприятий питания, бухгалтерия, служба снабжения и банкетная служба. Во главе каждого структурного подразделения стоит должностное лицо, главной задачей которого является организация слаженной работы персонала. Организационная структура службы питания может изменяться в зависимости от вместимости, категории и специализации гостиницы. На рисунке 1 представлена типовая организационная структура службы питания.

Служба питания может, как находиться в структуре гостиницы, так и существовать обособленно. В первом случае во главе ее стоит руководитель службы питания, входящий в управленческий состав и находящийся в подчинении у генерального директора гостиничного предприятия. Во втором случае управление службой питания осуществляется сторонней фирмой, которой сдается помещение ресторана гостиницы. С ней заключается соответствующий договор аренды, в котором оговариваются условия, необходимые для удовлетворения потребностей постояльцев гостиницы [22].

Обеспечить качественное удовлетворение потребностей клиента в питании можно несколькими формами. **Формы** организации питания – еда и напитки, включенные в стоимость проживания и предлагаемые клиенту во время проживания в гостинице.

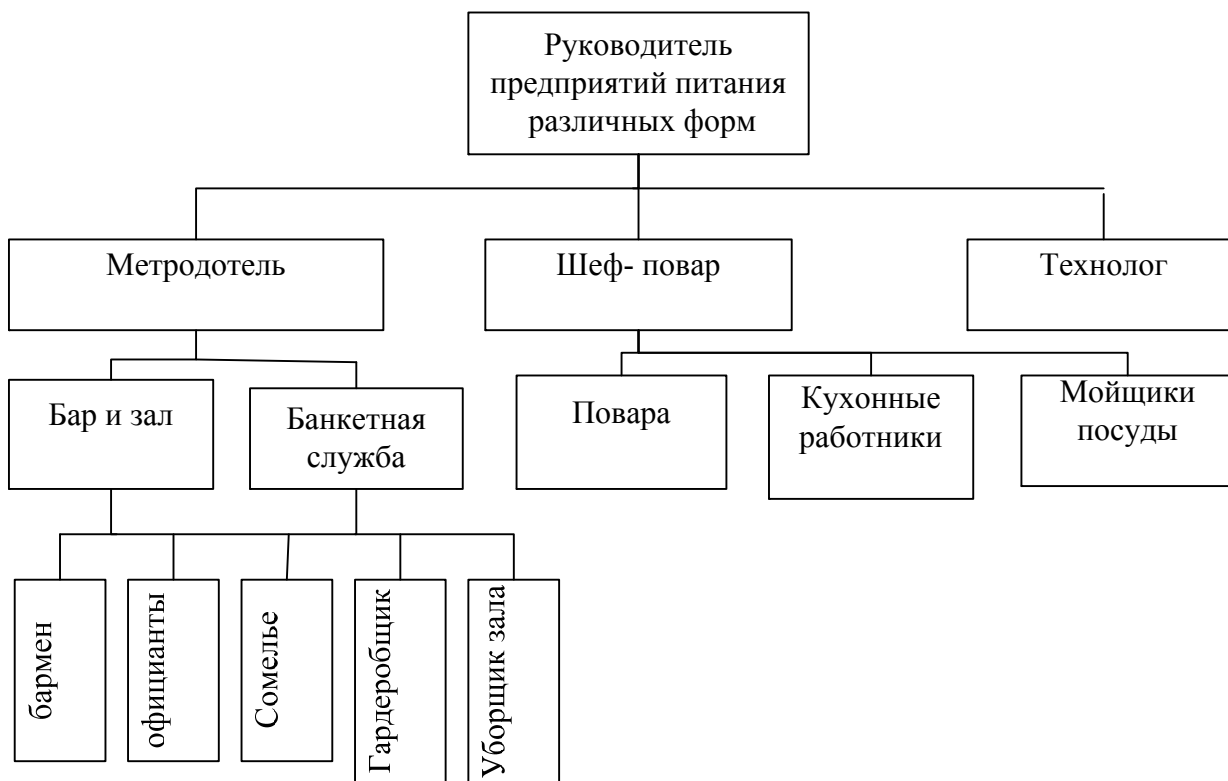


Рисунок 1 – Организационная структура службы питания

В результате анализа литературных источников было определено несколько форм организации ресторанного сервиса [18]. Формы питания в гостиничных комплексах представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Формы питания в гостинице

Ресторан - заведение ресторанного хозяйства с широким ассортиментом продукции собственного производства и покупных товаров, высоким уровнем обслуживания и комфорта в сочетании с организацией отдыха и досуга потре-

бителей. Высокий уровень комфорта в ресторанах достигается за счет архитектурно-художественных решений интерьеров залов, оригинального освещения, высококачественной организации сервисного обслуживания. На основании ГОСТ 50762 – 2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания» устанавливается классификация ресторанов в зависимости:

- от качества предоставляемых услуг (уровень обслуживания);
- ассортимента заказных и фирменных блюд, изделий;
- месторасположения [11].

Более подробная классификация ресторанов представлена на рисунке 3.

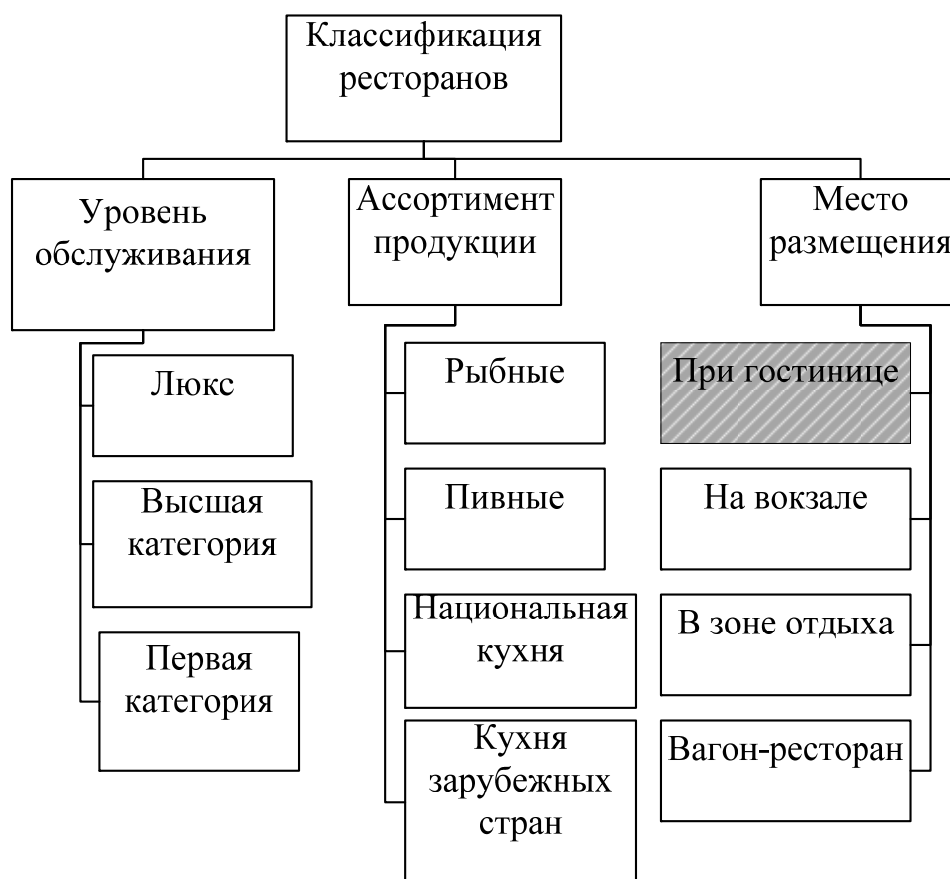


Рисунок 3 – Классификация ресторанов

Класс ресторана должен соответствовать звездности гостиничного предприятия. Для каждого класса ресторана характерен определенный набор услуг и предъявляемых требований к наличию, оформлению и оснащению основных и вспомогательных помещений, а так же уровень техники обслуживания посети-

телей. Помимо классификации ресторанов на основании ГОСТ 50762 – 2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания», в профессиональной среде *рестораторов* выделяются следующие типы ресторанов [42].

- салонные;
- национальные;
- интерьерные и ландшафтные;
- музыкальные;
- концертные;
- кафешантаны (стриптиз бары);
- кейтеринги;
- фаст-фуд;
- смешанные.

Характеристика каждого типа ресторана представлена в Приложении 1. Помимо ресторанов в гостиницах существуют и другие предприятия общественного питания.

Кафе (от фр. Café; буквально - «кофе») - заведение ресторанного хозяйства с широким ассортиментом блюд несложного приготовления, кондитерских изделий и напитков, в котором применяется самообслуживания или обслуживание официантом. Некоторые небольшие гостиничные предприятия предпочитают наличие в своей структуре только кафе. Иногда это является единственным местом, где оказывают услуги питания. Как правило, такие предприятия категории одна или две звезды.

Бар – заведение ресторанного хозяйства, в котором продаются алкогольные, безалкогольные, смешанные напитки для их незамедлительного употребления [11]. В некоторых барах с напитками подается еда. Посетителей бара обслуживает бармен, находящийся за барной стойкой.

Буфет – предприятие общественного питания, реализующее ограниченный ассортимент продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности,

холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, а также покупные товары с возможностью съесть их непосредственно в месте приобретения [11].

В зависимости от преследуемых целей гостиничное предприятие может включать в свою структуру как одно, так и несколько предприятий питания. Система питания в гостиницах организуется следующим образом:

- «без питания» (room only);
- завтрак (bed and breakfast);
- полупансион (half board);
- полный пансион (full board);
- «все включено» (all Inclusive).

Тип питания – вид оказания услуг питания в гостинице. Тип питания указывается сразу после типа номера. Обозначается двумя или тремя латинскими буквами [24]. Описание типов организации ресторанного сервиса в службе питания представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Типы организации питания

№	Наименование (Name)	Характеристика
1	«Без питания» (Room Only)	В стоимость включено только проживание в номере. Питание предоставляется за отдельную плату
2	Завтрак (Bed and Breakfast)	В стоимость проживания включен только завтрак. Дополнительное питание предоставляется за отдельную плату
3	Полупансион (Half Board)	В стоимость проживания включено двухразовое питание(завтрак, обед или ужин), чай, кофе, вода на завтрак
4	Полный пансион (Full Board)	В стоимость проживания включено трехразовое питание(завтрак, обед, ужин).
5	Все включено (All Inclusive)	В стоимость проживания включено трехразовое питание(завтрак, обед, ужин). В течение дня предлагаются напитки(алкогольные и безалкогольные) в неограниченном количестве.

Кроме основных типов исследователи гостиничной индустрии выделяют дополнительные **виды** организации ресторанного сервиса. К ним относят:

- континентальный завтрак (continental breakfast);

- расширенный завтрак (или завтрак континентальный плюс – continental plus breakfast);

- английский завтрак;
- американский завтрак;
- завтрак с шампанским;
- поздний завтрак.

Каждый из перечисленных выше завтраков имеет отличающие его от других признаки организации. Они различаются по ассортименту подаваемых блюд и напитков, времени и способу подачи. Описание дополнительных видов организации ресторанного сервиса представлено в Приложении 2.

При организации работы предприятия питания следует принимать во внимание некоторые особенности, которые зависят от посещаемости и различных **методов** обслуживания гостей. По статистике завтракают в отеле практически все гости, до 70% гостей отеля не обедают в предприятии питания гостиницы и до 50% не ужинают в нем, а 2/3 дохода поступают от сторонних посетителей. Таким образом, время работы объектов службы питания должно быть таким, чтобы удовлетворять подавляющее большинство постояльцев. Соблюдение традиций питания, уровень и качество организации питания в гостинице нередко влияют на выбор того или иного места проживания постояльцем [2].

Основные методы обслуживания представлены на рисунке 4. В гостиничной практике при предоставлении услуг питания данные методы обслуживания применяют как комплексно, так и по отдельности. Каждое конкретное гостиничное предприятие определяет для себя наиболее выгодный набор методов обслуживания.

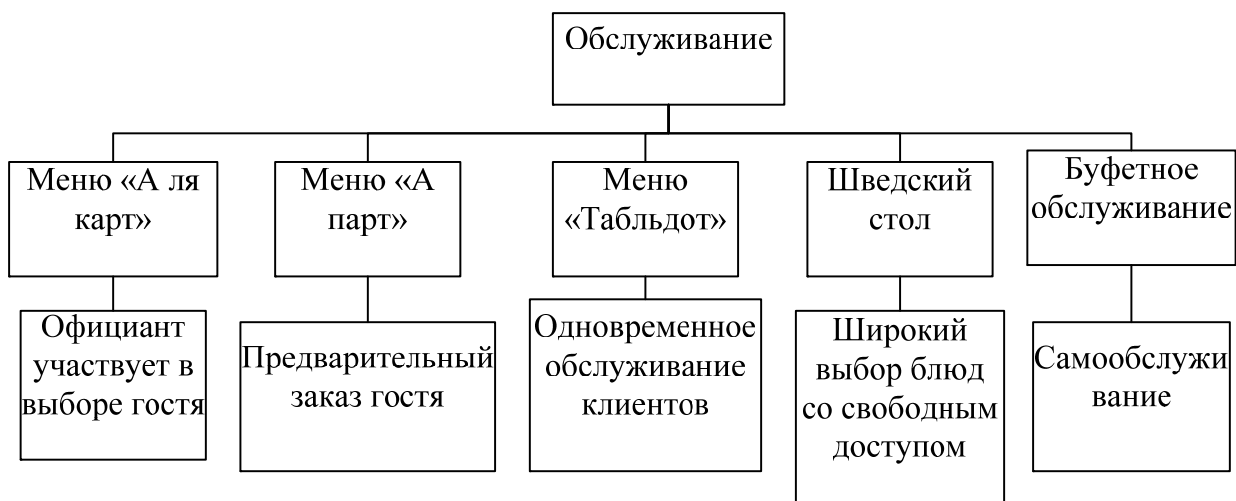


Рисунок 4 – Особенности организации обслуживания

Каждый из методов обслуживания имеет достоинства и недостатки, которые необходимо учитывать при организации ресторанного сервиса на предприятии питания. Описание методов обслуживания представлено в Приложении 3.

Метод «а ля карт» считается самым трудоемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей.

Одной из функций службы питания является **обслуживание гостей в номерах** (Room Service). Организация данного вида услуги возможна лишь при тесном сотрудничестве со службой обслуживания номерного фонда, управляет которой главный менеджер. В состав службы обслуживания входят швейцары, посыльные, подносчики багажа, ночные аудиторы, консьержи, дворецкие.

Служба обслуживания в номерах работает круглосуточно, осуществляя доставку в номера свежеприготовленных блюд и напитков. В обязанности персонала входит принятие заказа по телефону или от другой службы, предварительная сервировка подноса или специального столика на колесах, получение заказа на кухне, доставка заказа в номер и расчет с гостем. Также сотрудники службы могут работать по специальным бланкам-заказам на завтраки. В бланке указывается тип стандартного завтрака, который он желает получить, а также желаемое время подачи. Меню в службе обслуживания в номерах обычно огра-

ничено, но в высококлассных отелях через эту службу можно заказать любое блюдо из ресторана.

Качество организации обслуживания в номерах напрямую зависит от скорости доставки заказа гостю, поэтому обычно требуется наличие специального сервисного лифта. Блюда доставляются на тележках в специальных контейнерах, обеспечивающих необходимую температуру пищи.

Классической и распространённой системой обслуживания в номерах гостиницы является обслуживание через вспомогательные поэтажные буфеты-бары. Помещение буфета-бара связано с раздачей кухни, служебным лифтом, лестницей и телефоном. В зависимости от числа номеров, контингента проживающих в гостинице, вспомогательные поэтажные буфеты обычно располагаются на каждом жилом этаже гостиницы или один буфет на несколько этажей.

В состав службы питания входит **банкетная служба**. В настоящее время массовые мероприятия, сопровождаемые едой и напитками могут организовываться по разным поводам и проводиться на разных уровнях:

- официальные банкеты, которые лидеры страны дают в честь высоких гостей;
- посольские приёмы и банкеты по случаю национальных праздников;
- банкеты, организуемые общественными, партийными, научными и деловыми кругами по случаю окончания различных конференций и совещаний;
- благотворительные гала - представления с танцами и угощением;
- праздничные обеды с танцами, организуемые руководством фирмы для своих сотрудников;
- свадьбы.

Чаще всего такие мероприятия называют банкетами. Более широкий термин – массовое мероприятие .

Массовые мероприятия могут организовываться как в помещении гостиницы, так и с выездом на чужую территорию. Пища может быть приготовлена как на кухне гостиницы, так и там, где организуется мероприятие.

Заказ на проведение мероприятия или просто заказ на банкет оформляется на каждое мероприятие отдельно и содержит большое количество информации. Организация любого банкета включает приём заказа, подготовку к проведению банкета и обслуживание.

Во главе банкетной службы стоит банкетный менеджер или метродотель. Ему подчиняются официанты, которые обслуживают массовые мероприятия, и бармены, обслуживающие гостей в банкетном баре. Качественная работа банкетной службы зависит от согласованности ее действий с предприятием питания и с анимационной службой гостиницы.

Существуют разные виды банкетов, каждый из которых имеет свою специфику при организации и проведении:

- банкет за столом с полным обслуживанием официантами;
- фуршет;
- коктейль;
- банкет-приём со смешанным обслуживанием;
- банкет-чай.

Спецификой работы службы питания является то, что ей необходимо, взаимодействуя со службами гостиничного предприятия, реализовывать грамотное управление предприятиями питания и структурными подразделениями с целью достижения максимальной прибыли и высокого уровня удовлетворенности клиента [28]. Проанализировав литературные источники, можно сделать вывод, что служба питания гостиничного предприятия согласовывает свои действия со службой приема и размещения, службой обслуживания номерного фонда и анимационной службой. Схема взаимодействия служб изображена на рисунке 5.

Таким образом, правильная организация функционирования службы питания способствует улучшению качества ресторанного сервиса и повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия. Вместе с тем повышение

качества услуг питания способствует удовлетворению личных предпочтений гостей.

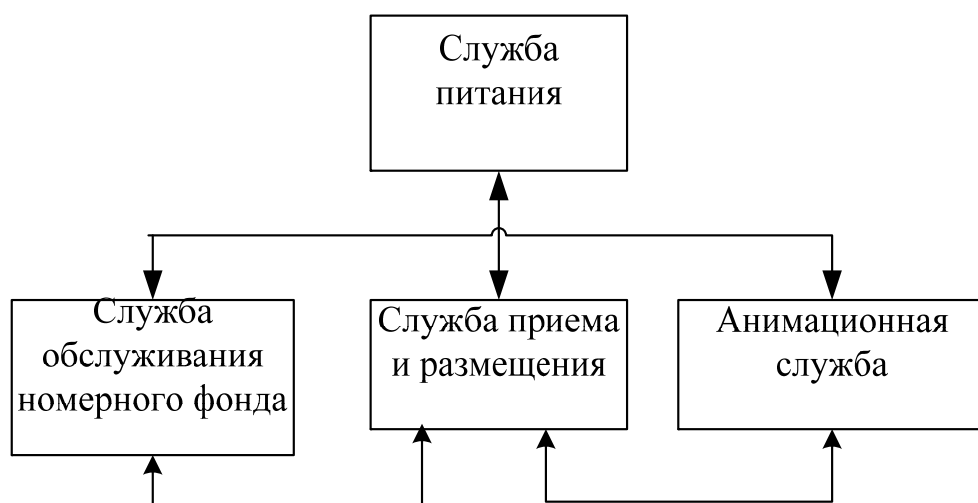


Рисунок 5 – Взаимодействие служб гостиничного предприятия

Функционирование предприятия питания в гостинице несколько отличается от функционирования обычного предприятия питания. Первоначальной функцией службы питания является обеспечение потребностей в пище, то есть удовлетворение физиологических потребностей. В то же время служба питания дает возможность реализовать потребность в отдыхе, общении и развлечении, разнообразить досуг постояльцев гостиницы и сторонних посетителей.

Формула успеха работы службы питания в гостинице - это сочетание хорошей еды, хорошего сервиса и разумной ценовой политики. Для достижения этого сочетания требуется также отслеживать массу других параметров, к которым относятся:

- сроки приготовления пищи;
- санитарные нормы издержки производства
- конкуренция соседних ресторанов и кафе;
- вкусовые предпочтения клиентов;

1.2 Современные тенденции видов питания

Одним из ведущих параметров, особенно сильно влияющих на успех работы службы питания, являются вкусовые предпочтения клиентов. Особенность предприятий ресторанного сервиса, работающих в сфере гостиничной индустрии, заключается в том, что они должны удовлетворять потребности в питании людей из разных стран с их разнообразными вкусами, традициями национальной кухни, гастрономическими привычками. Традиции питания принадлежат к самым консервативным традициям человека, поскольку они формируются на протяжении достаточно длительного времени под воздействием природных, географических, социально-экономических и других факторов.

Одной из достаточно новых, но находящихся в тренде и бурно развивающихся традиций современного общества является переориентация на здоровый образ жизни и здоровое питание, которые направлены на укрепление здоровья и профилактику болезней. Здоровый образ жизни (ЗОЖ) является предпосылкой для развития разных сторон жизнедеятельности человека, достижения им активного долголетия и полноценного выполнения социальных функций. Здоровый образ жизни включает в себя множество элементов. Одним из важнейших составляющих элементов ЗОЖ является питание.

Питание – это сложный процесс взаимодействия человеческого организма с пищей, лишь в результате которого человек может существовать физически. Каждому из людей присуща своя комбинация клеток и атомов, из которых состоит физическая оболочка, а значит, каждому нужен свой состав пищи. В результате пищеварения питательные вещества, поступившие в организм с пищей, всасываются и усваиваются, ненужные — выводятся. Диета и здоровое питание – это две разные вещи.

Диета (греч. *Diaita* – режим питания) – совокупность правил употребления пищи человеком или другим живым организмом. Диеты могут иметь существенные различия и включать или исключать конкретные продукты питания.

Диеты назначаются врачами-диетологами в лечебных и профилактических целях и по своей продолжительности делятся от 3-х до 14-ти дней.

Здоровое питание (сбалансированное питание) – это постоянное поступление в организм и усвоение тех веществ, которые необходимы для восполнения затраченной энергии, построения и восстановления тканей, регулирования работы всех органов и систем организма человека, а так же залог хорошего настроения и высокой работоспособности. Нарушенное питание создает благоприятную почву для развития иммунодефицитных состояний и снижения устойчивости организма к инфекциям, учащения сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний, а также увеличения числа случаев так называемых "болезней цивилизации" (ожирение, диабет, атеросклероз и др.).

В историческом плане рассматривается несколько классических и альтернативных теорий питания, которые находятся в постоянном развитии. Классическими принято считать три основные теории питания:

- античную теорию;
- теорию сбалансированного питания;
- теорию адекватного питания.

На основе теории адекватного питания разработаны различные научные концепции питания. По мнению академика РАМН В.А. Тутельяна наука о питании переходит от концепции адекватного питания к концепции оптимального питания, которая учитывает роль питания в иммунном статусе организма. Формула питания XXI века может быть представлена как совокупность ее основных составляющих: традиционные (натуральные) продукты; натуральные продукты модифицированного (химического состава; генетически модифицированные натуральные продукты; биологически активные добавки к пище. Альтернативные теории питания включают в себя девять концепций, которые не вписываются в рамки традиционных представлений, хотя и имеют глубокие исторические корни [45]. На рисунке 6 представлена схема теорий питания. Характеристика каждой из теорий питания представлена в Приложении 3.



Рисунок 6 – Теории питания

Организации здорового (сбалансированного питания) основывается на принципах, разработанных в теории адекватного питания и являющихся практической реализацией ее постулатов. Современная нутрициология – наука, занимающаяся изучением пищи, питания, компонентах продуктов и их воздействии на человеческий организм, не стоит на месте, и настоящее время существует пять принципов питания. Принципы здорового (сбалансированного) питания сформулированы в таблице 2. На эффективность здорового питания влияет максимально точное соблюдение всех пяти принципов

Таблица 2 – Принципы здорового (сбалансированного) питания

№	Наименование принципа	Характеристика принципа
1	Суточная норма калорий	Соблюдение равновесия между поступающей с пищей энергией (калорийность пищи) и энергетическими затратами организма. В условиях покоя и комфортной температуры уровень энергетических затрат взрослого человека составляет от 1300 до 1900 ккал в сутки, что соответствует основному обмену. Основной обмен соответствует 1 ккал на 1 кг массы тела в 1 час. Основными энергетическими материалами для организма являются жиры, белки и углеводы. (1 г белков пищи обеспечивает организму 4 ккал, 1 г жиров - 9 ккал и 1 г углеводов - 4 ккал (17,17 кДж).
2	Баланс в питании	Сбалансированность между поступающими в организм белками, жирами, углеводами, витаминами, минеральными веществами и балластными веществами. Согласно этому закону, человек нуждается не в каких-либо продуктах, а в определенном соотношении содержащихся в них пищевых веществ. Каждый пищевой продукт может быть охарактеризован по показателю биологической ценности. В одних продуктах могут преобладать незаменимые аминокислоты, в других - незаменимые жирные кислоты. Пищевая ценность продукта зависит также и от содержания в нем физиологически активных соединений. Калорийность пищевого рациона должна соответствовать энергетическим затратам организма. Здоровому человеку от 25 до 35 % энергии следует получать за счет белков, от 12 до 17 % - за счет жиров и от 50 до 55 % - от углеводов.
3	Режим питания	Соблюдение режима питания - регулярное и оптимальное распределение пищи в течение дня. Режим питания - это характеристика питания, включающая кратность, время приема пищи и распределение ее по калорийности и химическому составу, а также поведение человека во время еды. Наиболее полезен для человека такой режим, при котором за завтраком и обедом он получает более 2/3 общего количества калорий суточного рациона, а за ужином менее 1/3.
4	Учет особенностей организма	Для формирования профилактической направленности рациона питания необходимо учитывать возрастные потребности и степень двигательной активности.
5	Потребление жидкости	Соблюдение питьевого режима. Суточная норма потребления воды для взрослого человека равна 3л.

При организации здорового (сбалансированного) питания в гостинице службе питания необходимо предусмотреть ряд особенностей, которые могут влиять на посещаемость и доходность предприятия питания. Можно выделить 5

технологических этапов организации здорового питания в гостинице, представленных на рисунке 7.

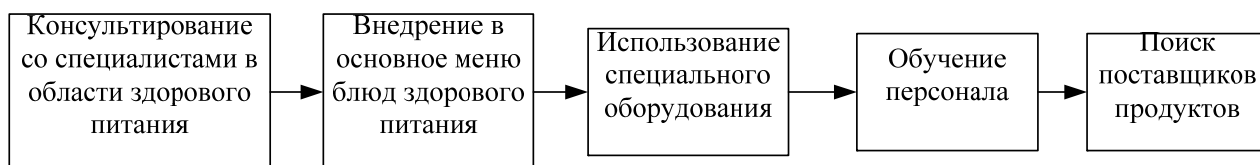


Рисунок 7 – Технологические этапы организации здорового питания в гостинице

Для реализации меню здорового питания в гостиничное предприятие необходима совместная работа диетолога и шеф-повара, которые в тандеме создают сбалансированное меню, разрабатывают технологические карты и т.д. Кроме того, если гостиница имеет несколько предприятий питания с разными методами обслуживания, возможно внедрение меню здорового питания в каждое из них. Тем самым гостиница проявит заботу о госте и повысит свой статус на гостиничном рынке.

Изобилие блюд шведского стола провоцирует гостя на неконтролируемое потребление еды. В результате, гость ощущает набранные килограммы, приходит чувство вины и мысль о том, что пребывание в гостинице отнюдь не способствовало здоровью. Перед службой питания стоит вопрос - как сделать так, чтобы, не понизив доходности предприятия, удовлетворить его индивидуальные потребности в питании и сохранении здоровья. Выполнение данной задачи обеспечит приятные впечатления гостя о пребывании и желание вернуться в гостиницу еще раз [2].

Исследователи данной проблемы предлагают шведский стол здорового питания. Для того, чтобы помочь гостю остаться в форме, персоналу службы питания важно не просто предложить ему сбалансированные блюда, но и сориентировать его в калорийности и порционности. Одним из вариантов при организации шведского стола является размещение рядом с блюдами подсказок, взглянув на которые, постоялец гостиницы может «скомпоновать» для себя правильную порцию. Таким образом, гость может сам составить из представ-

ленных блюд рацион на весь день из расчета необходимой суточной калорийности. Информация о суточной норме также присутствуют на столах. Питаясь в рамках такого шведского стола, гость не только в состоянии контролировать количество потребляемой еды, он учится правильно и осознанно питаться. После длительного пребывания в такой гостинице, гость, очевидно, вспомнит, каким по объему должен быть его идеальный обед и что в него должно входить.

Внедрение сбалансированного меню в предприятия питания с методом обслуживания «а la cart» требует другого подхода. В связи с тем, что не все постояльцы гостиницы следят за своим здоровьем и питанием, создание отдельного предприятия здорового питания в структуре гостиницы не будет эффективным. Рациональным считается разработать здоровое меню во все предприятия питания гостиницы, специализирующиеся на методе обслуживания «а la cart». В таком меню гость найдет привычные закуски, салаты, супы, горячие блюда, десерты и блюда здорового питания, разработанные в тандеме «диетолог-шеф».

Специфика здорового питания предусматривает специальное оборудование для обработки продуктов, например, бойлерный пароконвектомат, дающий полноценный пар на протяжении всего времени приготовления. Приготовление осуществляется в вакуумных пакетах, таким образом, продукт остается мягким и доведенным до оптимальной степени готовности – для этого необходим вакууматор. Службе питания также потребуется дегидратор, он нужен для приготовления полезных снеков, вяленых фруктов и овощей.

Для создания здоровой и сбалансированной кухни, используется щадящий режим, то есть длительное приготовление на низких температурах, таким образом, сохраняется максимальное количество полезных веществ. Предпочтительны продукты с низким содержанием жира, важно учитывать их правильную совместимость. Рекомендуемый способ термической обработки – запекание и приготовление на пару. Вместо подсолнечного масла используется оливковое. Также можно отметить особые технологии приготовления соков и смузи

– нюансов множество. Цель службы питания – обеспечение гостей вкусным и полезным меню.

Неотъемлемая часть организации здорового питания в гостинице – обучение сотрудников. Форматы обучения включают в себя тренинги шеф-поваров гостиниц на производстве и оборудовании компании здорового питания, а также визиты шеф-поваров компании на объекты для проведения тренингов и мастер классов для персонала разного уровня.

Организация снабжения продуктами имеет большое значение для приготовления пищи. Продукты не должны содержать консервантов, красителей и ГМО. Для обеспечения высокого качества приготовляемой пищи, отделу закупок необходимо проводить анализ поставщиков и выбирать наиболее надежные компании, зарекомендованные на потребительском рынке [2].

К сожалению, гостиничные предприятия Сибири и Дальневосточного региона мало осведомлены о сложившейся тенденции здорового и сбалансированного питания в отличие от гостиниц западных территорий России, которые в свою очередь перенимают опыт у зарубежных отелей. Примером интеграции здорового питания в общую концепцию отеля служат отели Турции (Maхх Royal 4*), Испании (SHA Wellness Clinic 4*) и Кипра(Four Seasons 5*), а так же российские спа-отели и пансионаты, расположенные недалеко от Москвы(«Аврора 4*», «Анива 4*», «Артурс 4*»), на Черноморском побережье в Парте-ните («Европа 4*»), на побережье Балтийского моря в г.Светлогорск («Волна») и в Крыму(Palmira palace) . Все гостиничные предприятия предоставляют широкий спектр спортивно - оздоровительных услуг, услуги здорового (сбалансированного) и диетического питания, занимаются пропагандой ЗОЖ [10].

Существует мнение, что формат здорового питания способен позволить себе только премиальный отель. Практика говорит об обратном: для демократичного меню можно использовать более дешевые сорта рыбы, а также найти местную альтернативу зарубежным сортам мяса, сезонным овощам и фруктам.

1.3 Методики исследования ресторанного сервиса службы питания гостиничного комплекса

Успех работы службы питания в гостинице зависит от грамотного сочетания вкусной и здоровой еды, разумной ценовой политики с качественным ресторанным сервисом, задача которого через сбалансированное питание раскрыть философию гостеприимства. Для достижения этого сочетания требуется отслеживать различные параметры качества, к которым в частности относят вкусовые предпочтения клиентов.

Ресторанный сервис в гостинично-туристических комплексах подчинен трем важнейшим задачам:

- 1) предоставление сбалансированного питания;
- 2) привлечение туристов к использованию дополнительных ресторанных услуг (формирование новых потребностей);
- 3) предоставление услуги по организации банкетных мероприятий с реализацией законов исключительного гостеприимства [55].

Внедрение в гостиницу единой концепции здорового образа жизни способно привлечь новых клиентов, укрепить клиентскую базу, стимулировать продажи других подразделений гостиничного предприятия. Сотрудники ресторана гостиницы должны быть осведомлены информацией о половозрастном составе заселяющихся туристских групп. Учет разнообразия социальных групп необходим для формирования разнообразного ассортимента предлагаемых блюд, который должен варьироваться в разных ценовых категориях.

Ресторанный сервис является человекоберегающей формой сервиса, который направлен на повышение коэффициента полезности предоставляемых услуг питания в гостиничном комплексе. Организация качественной работы службы питания возможна с помощью использования методики полезности, которая позволяет оценить разницу между предполагаемой системой мер по улучшению условий питания и реальными условиями работы предприятий пи-

тания гостиничного комплекса. Коэффициент полезности в данной методике определяется формулой:

$$K = \frac{N}{R}, \quad (1)$$

где N – система мер по улучшению условий питания;
R – реальные условия функционирования предприятий питания;
K – коэффициент полезности.

Система мер по улучшению условий питания (N) может быть многовариантной и определяется либо бальным методом, либо с помощью экспертного опроса. Реальные условия функционирования предприятий питания возможно оценить с помощью проведения анкетного опроса среди потребителей услуг.

В ресторанном сервисе в большей степени формируется и раскрывается сущность и социально-культурная значимость сбалансированного питания. Сбалансированное питание - это показатель развитости сервисной деятельности в ресторанном обслуживании.

Сформированное сбалансированное питание в деятельности ресторанного производства отличается тем, что в нем закреплены жизнеукрепляющие компоненты (витаминный фактор), из которых каждый обретает культурно-духовную значимость (устойчивость социального настроения) [55].

Коэффициент полезности предоставляемых услуг рассчитывается по аналогии с определением ценности услуги, воспринимаемой потребителем. Ее можно вычислить следующим образом:

$$, \quad (2)$$

где Ц_у – ценность услуги;
Ц_к – общая ценность для клиента;

I_k – общие издержки клиента.

Под общей ценностью понимается совокупность таких критериев, как ценность услуги, ценность персонала, ценность сервиса и ценность имиджа компании. Это те критерии услуги, за которые потребитель готов отдать какую-либо цену. При этом заметим, что каждый человек имеет свою собственную шкалу ценностей и приоритетов.

Под издержками понимается некая условная величина, воспринимаемая каждым потребителем по-своему. Взамен на издержки потребитель получает такую услугу, чтобы быть твердо уверенным в полезности приобретения. Эта полезность проявляется у гостя через чувство удовлетворенности, которое возникает у него естественно, если общая ценность полученной услуги преобладает над его затратами [53].

Другой методикой, оценивающей организацию работы службы питания, является определение функциональной направленности в системе сервиса. Функциональная направленность – это инициатива, самостоятельность и изобретательность. В этих устремлениях решаются вопросы социально-культурного характера, где раскрывается эффективность обслуживания. Данная методика позволяет определить уровень востребованности ресторанного сервиса. Повышение коэффициента полезности услуг питания, зависящего от реального состояния дел, предусматривает:

- стимулы к снижению утомляемости обслуживающего персонала;
- действие критерия в оценке достижения комфортности;
- сохранение эмоциональной равновесности (внешняя аккуратность, предупредительность в отношениях с клиентами).

Оценить уровень востребованности ресторанного сервиса на предприятии общественного питания возможно методом анкетирования. Для наиболее полной оценки необходимо выявить ожидаемый уровень ресторанного сервиса и существующий уровень ресторанного сервиса и проанализировать и сопоставить их друг другу. Данные мероприятия позволят разобраться в существую-

щей проблеме ресторанного сервиса на предприятии питания, а так же повысить эффективность его работы.

Ожидаемый уровень ресторанного сервиса – это степень удовлетворенности посетителей предоставляемыми услугами питания, оценить которую можно с помощью письменного анкетирования гостей. Анкетный опрос позволяет:

- гостей ресторана (половозрастную характеристику, социальный статус, вкусовые предпочтения);
- определить достоинства и недостатки предприятия питания;
- расположить к себе гостя, получить обратную связь и мотивировать на повторное посещения заведения [55].

При проведении анкетирования посетителей рекомендуется применять опросники небольшого размера, включающие вопросы разных видов, например комбинированные вопросы. Отличительной чертой анкетирования посетителей является способ предложения анкеты гостю. Предлагать анкету рекомендуется мягко и ненавязчиво, ни в коем случае не настаивать в случае отказа.

Обязательным требованием к опросу потребителей является наличие преамбулы в анкете – вступительных слов с вежливым обращением к гостю, где кратко и ясно излагается цель анкетирования и благодарность за участие. В зависимости от целей и задач исследования анкетный опрос может быть анонимным или неанонимным. Данную информацию также необходимо донести до потребителей. Грамотное проведение анкетирования позволит взглянуть на предприятие питания со сторон, увидеть достоинства и недостатки функционирования заведения, а также узнать степень удовлетворенности гостей ресторан-ным сервисом [48].

Другим не менее важным методом при оценке ресторанного сервиса является опрос экспертов. Основными областями применения экспертного опроса является получение информации качественного характера:

- прогнозирование хода развития событий в будущем;
- оценка вероятности наступления событий в будущем;

- определение конкурентных преимуществ компании;
- ранжирование различных объектов по важности, значимости;

Цель экспертного опроса при исследовании темы научной работы – выявить наиболее важные критерии работы ресторана и оценить существующий уровень ресторанного сервиса для разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности ресторана «Дружба» и гостиничного комплекса. Для отсеивания малозначимых факторов используются метод априорного ранжирования, который предполагает обработку данных, полученных в результате опроса специалистов. Факторы, имеющие существенное влияние на объект исследования, ранжируются в порядке убывания вносимого ими вклада. Численность опрашиваемых специалистов должна быть достаточной, чтобы обеспечить принятие правильного решения.

Выбранные факторы должны быть:

- управляемыми – такими, чтобы величину фактора можно было варьировать с достаточной точностью;
- независимыми – изменение одного из них не должно зависеть от значений других;
- совместимыми – все комбинации факторов должны быть осуществимы на практике.

Априорное ранжирование – это ранжирование каких-либо объектов (параметров) до проведения опытов, опирающееся не на результаты эксперимента, а на мнение экспертов. Вклад каждого фактора оценивается по величине ранга. Ранг $a=1$ получает наиболее предпочтительный объект (фактор), а ранг $a=n$ – наименее предпочтительный. Объекты выстраиваются в возрастающем или убывающем порядке, образуя шкалу порядка, при этом n – количество объектов (или факторов).

При сборе мнений путем опроса специалистов каждому из них предлагается заполнить анкету, где перечислены все факторы. Специалисты высказыва-

вают свое мнение независимо друг от друга в письменной форме, присваивая каждому фактору определенный ранг.

Если эксперт некоторым показателям присвоил одинаковые ранги, то необходимо осуществить преобразование рангов. Для показателей, оказавшихся одинаково важными, ранги рассчитывают как среднее арифметическое соответствующих мест. Полученные по всем анкетам ранги, преобразованные в стандартный вид, если это было необходимо, заносят в сводную таблицу – матрицу рангов [1]. Для каждого эксперта рассчитывают сумму рангов, которая должна быть равна:

$$\sum_{i=1}^n a_i = \frac{n(n+1)}{2}, \quad (3)$$

Суммы рангов по вертикали S_j для каждого свойства x_i зависят от количества экспертов m и от количества оцениваемых факторов n , они могут быть использованы для суждения о незначимости отдельных факторов, но только одной таблицы или при постоянных m и n . Удобнее характеризовать значимость отдельных факторов коэффициентами весомости γ и γ_0 . Вначале определяют коэффициенты весомости каждого из всех n выбранных факторов по формуле:

$$\sum_{i=1}^n \left[\left(\frac{100}{\sum_{j=1}^m t_j} \right) \right], \quad (4)$$

При этом $\sum_{i=1}^n \gamma_i = 1$.

Далее из всех факторов выделяют n_0 наиболее значимые, для которых

$\gamma_i > \frac{1}{n}$, и для них пересчитывают коэффициенты весомости γ_0 по формуле (4), беря в знаменатель суммы рангов только для этих факторов. Экспертная оценка коэффициентов весомости факторов должна завершаться определением согласованности высказанных мнений, которая оценивается с помощью коэффициента конкордации W :

$$W = \frac{\sum_{i=1}^m (S_i - S_{n0})^2}{\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n) - m \sum_{j=1}^m T_j} \quad (5)$$

где T_j – показатель одинаковости, рассчитываемый по формуле:

$$T_j = \frac{1}{12} \sum_1^u [(t_j^3) - t_j] \quad (6)$$

где u – число рангов с одинаковыми оценками у j -го эксперта;

t_j – число оценок с одинаковым рангом у j -го эксперта.

Чем ближе коэффициент конкордации W к 1, тем выше степень согласованность экспертов, если коэффициент конкордации $W < 0,5$, то организуют дополнительный анкетный опрос или исключают из матрицы рангов сомнительные, резко выделяющиеся оценки. Использовать коэффициент конкордации можно после оценки его значимости, которая определяется с помощью критерия Пирсона:

$$\chi^2 = Wm(n - 1) \quad (7)$$

Далее расчетный критерий χ^2 сравнивают с табличным, определенным для 5%-ного уровня значимости и числе степеней свободы $f=n-1$. Если расчет-

ное значение критерия χ^2 больше табличного, то гипотеза о наличии согласия экспертов может быть принята. Для наглядного представления результатов строится график весомости факторов.

Метод априорного ранжирования применяют, когда использовать количественные методы оценки значимости показателей (факторов) нецелесообразно с экономической точки зрения или практически невозможно. Основным недостатком этого метода является его субъективность, поскольку ранжирование основано на опросе мнений специалистов [1].

Вывод по первому разделу

В первом разделе «Теоретические аспекты организации функционирования службы питания в гостиничном предприятии» излагаются результаты анализа литературных источников о функционировании службы питания гостиничных предприятий.

Даны определения формам, типам и методам обслуживания клиентов службой питания в гостиничном предприятии. Рассмотрен состав и функции структурных подразделений службы питания. В результате анализа литературных источников выявлено, что правильная организация функционирования службы питания способствует улучшению качества ресторанного сервиса и повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия. Спецификой работы службы питания является то, что ей необходимо, взаимодействуя со службами гостиничного предприятия, реализовывать грамотное управление предприятиями питания и структурными подразделениями с целью достижения максимальной прибыли и высокого уровня удовлетворенности клиента.

Рассмотрены понятия «питание», «диета» и «здоровое питание». Изучены существующие теории питания и обозначены основные принципы сбалансированного (здорового) питания. Проанализированы особенности организации здорового питания в гостинице. В качестве примеров успешной реализации меню здорового питания в гостинице фигурируют зарубежные отели. В

России большими темпами идет пропаганда ориентированности на здоровый образ жизни и здоровое питание.

Проанализированы, изучены и выбраны методики исследования ресторанного сервиса. Исследуемое гостиничное предприятие имеет статус деловой гостиницы, постоянными клиентами которой являются командированные с запада России специалисты, авиационные экипажи, а также иностранные туристы Китайской народной республики.

Главной особенностью, выделяющей его на гостиничном рынке Благовещенска, является высококлассный уровень сервиса и обеспечение гостей качественными основными и дополнительными услугами.

Дальнейшее исследование будет направлено на изучение возможности расширения услуг службы питания и повышения доходности и посещаемости предприятия питания гостиничного комплекса. Для осуществления поставленной цели требуется решить следующие задачи:

- проанализировать деятельность гостиничного комплекса «Дружба»;
- провести анализ организации работы службы питания в гостиничном комплексе «Дружба»;
- исследовать потребность посетителей ресторана «Дружба» в меню здорового питания;
- провести экспертный опрос сотрудников ресторана «Дружба»;
- предложить мероприятия по совершенствованию деятельности ресторана «Дружба».

2 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА «ДРУЖБА»

2.1 Анализ деятельности гостиничного комплекса «Дружба»

В октябре 2014 г. Правительство РФ внесло в Госдуму пакет из трех законопроектов, направленных на формирование территорий опережающего социально-экономического развития. Территории опережающего социально-экономического развития (ТОР) – это часть территории субъекта РФ, на которой устанавливается особый правовой режим ведения предпринимательской и других видов деятельности [63]. На сегодняшний день в Дальневосточном Федеральном округе насчитывается девять ТОРов. Одним из таких регионов является Амурская область.

Амурская область расположена на юго-востоке Российской Федерации. Регион занимает важное геостратегическое и геополитическое положение. Амурская область находится на границе с КНР и занимает центральное положение в транспортной системе Дальнего Востока и международных транспортных коридорах. Регион располагает богатейшим минерально-сырьевым потенциалом и имеет в наличии обширные сельскохозяйственные угодия.

На территории Амурской области создаются две ТОР: «Приамурская» и «Белогорск». "Приамурская" займет территорию в 857 га в Благовещенском и Ивановском районах и специализируется в промышленно-логистической области. Здесь будут построены предприятие по переработке цементного клинкера мощностью 142 тыс. т в год, нефтеперерабатывающий завод, крупный ло-

гистический центр. Территория опережающего развития "Белогорск" будет создана в г. Белогорске Амурской области. Ее площадь составит 702 га. Основное направление – сельское хозяйство. Планируется строительство предприятия по переработке сои, комбикормового завода и хлебобулочного комбината. Реализация обоих проектов позволит создать порядка 2,2 тыс. рабочих мест [63].

В связи с активным развитием масштабного строительства в Амурскую область приезжает множество специалистов со всей России и из-за рубежа. Кроме того Амурская область пользуется спросом у китайских туристов, которые в больших количествах посещают культурно-досуговые и торговые точки столицы Амурской области. Именно поэтому необходимо уделять повышенное внимание развитию гостиничной индустрии на территории Амурской области, а в частности в г. Благовещенск.

Среди гостиниц г. Благовещенск можно выделить гостиничный комплекс «Дружба», объединяющий в себе черты деловой и туристической гостиницы и имеющей категорию 3 звезды.

Гостиничный комплекс «Дружба» расположен в экологически чистом районе центра города Благовещенск на берегу реки Амур. Организован в 80-х годах и находится по адресу: ул.Кузнечная,1. Предприятие является структурным подразделением ЗАО «АмурТурист».

В состав гостиничного комплекса входит: гостиница высшего разряда на 250 мест с одно-, двухместными номерами со всеми удобствами, а также трехзвездочный отель с номерами различных категорий [27]. Номерной фонд гостиничного комплекса «Дружба» насчитывает 216 номеров различных категорий и представлен в таблице 3.

По данным таблицы 3 видно, что номерной фонд гостиницы представлен разнообразными категориями для разных сегментов потребителей и насчитывает 216 номеров, что составляет 350 койко-мест. На рисунке 8 представлена доля каждой из имеющихся категории номеров в общей структуре номерного фонда.

Анализ номерного фонда гостиничного комплекса «Дружба» показал, что наибольшую часть занимают стандартные номера первой категории. Двухместные номера составляют 30 % от номерного фонда. Номера категории «Студио» и «Апартаменты» составляют 10 % от номерного фонда. Наименьшая доля номерного фонда представлена номерами категории «Люкс».

Таблица 3 – Номерной фонд гостиничного комплекса «Дружба».

Наименование номера	Площадь номера, кв.м.	Количество проживающих, чел	Стоимость, руб./сутки	Количество номеров, шт
Одноместный номер (Эконом)	20 м ²	1	2520 руб.	85
Одноместный номер (Suite)	19 м ²	1	3020 руб	42
Двухместный номер (Twin)	22 м ²	2	3640 руб	65
Студио	22 м ²	1	4500 руб	10
Апартаменты	44м ²	2	3640 руб	11
Люкс (Стандартный)	55 м ²	2	6000 руб.	2
Люкс (Свадебный)	82 м ²	2	12000 руб.	1
Итого:				216

По данным специалистов службы приема и размещения, было отмечено, что большинство клиентов предпочитают стандартные номера первой категории и категории «Студио». Загрузка номерного фонда гостиничного предприятия рассчитывается в процентах по формуле (8):

(7)

Исходя из проведенного анализа службы приема и размещения, средний коэффициент загрузки гостиничного предприятия составляет примерно 40-45 %, что на 20 % ниже нормы.

Коэффициент загрузки гостиничного комплекса «Дружба» колеблется в зависимости от сезона в пределах 40-60%, что характеризует деятельность предприятия как рентабельную и надежную.

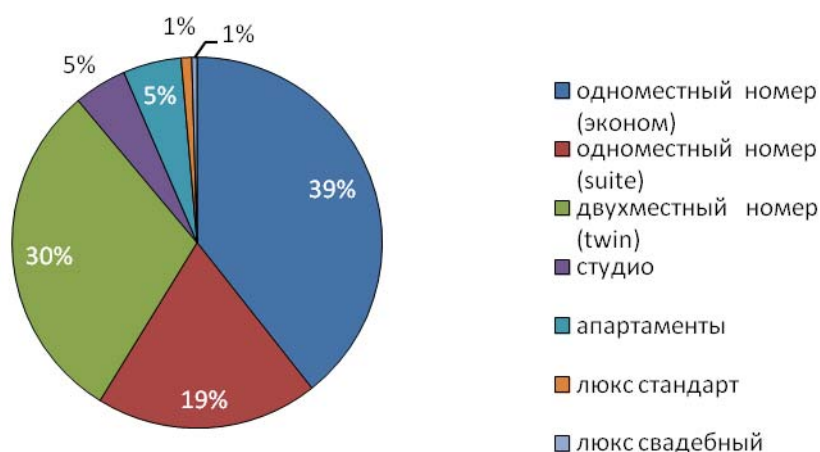


Рисунок 8 – Соотношение категорий номеров в гостинице «Дружба»

В результате анализа деятельности гостиничного комплекса «Дружба» был сделан следующий вывод: большинство из клиентов выбирают стандартные одноместные номера и номера категории «Студио» и активно пользуются услугами службы питания, а значит они ценят комфорт и качество предлагаемых услуг. Анализ технико-экономических показателей организации предоставления основных услуг характеризует деятельность гостиничного предприятия как стабильную.

Гостиничный комплекс «Дружба» предоставляет как основные, так и дополнительные услуги проживающим, представленные на рисунке 9. Для оценки

деятельности гостиничного предприятия, необходимо проанализировать технико-экономические показатели организации основных гостиничных услуг, которые оказываются приезжающим: проживание и питание.

По данным опроса специалистов службы приема и размещения гостиничного комплекса «Дружба» контингент приезжающих гостей условно можно поделить на 3 группы:

- деловые клиенты;
- авиационные экипажи;
- иностранные туристы КНР

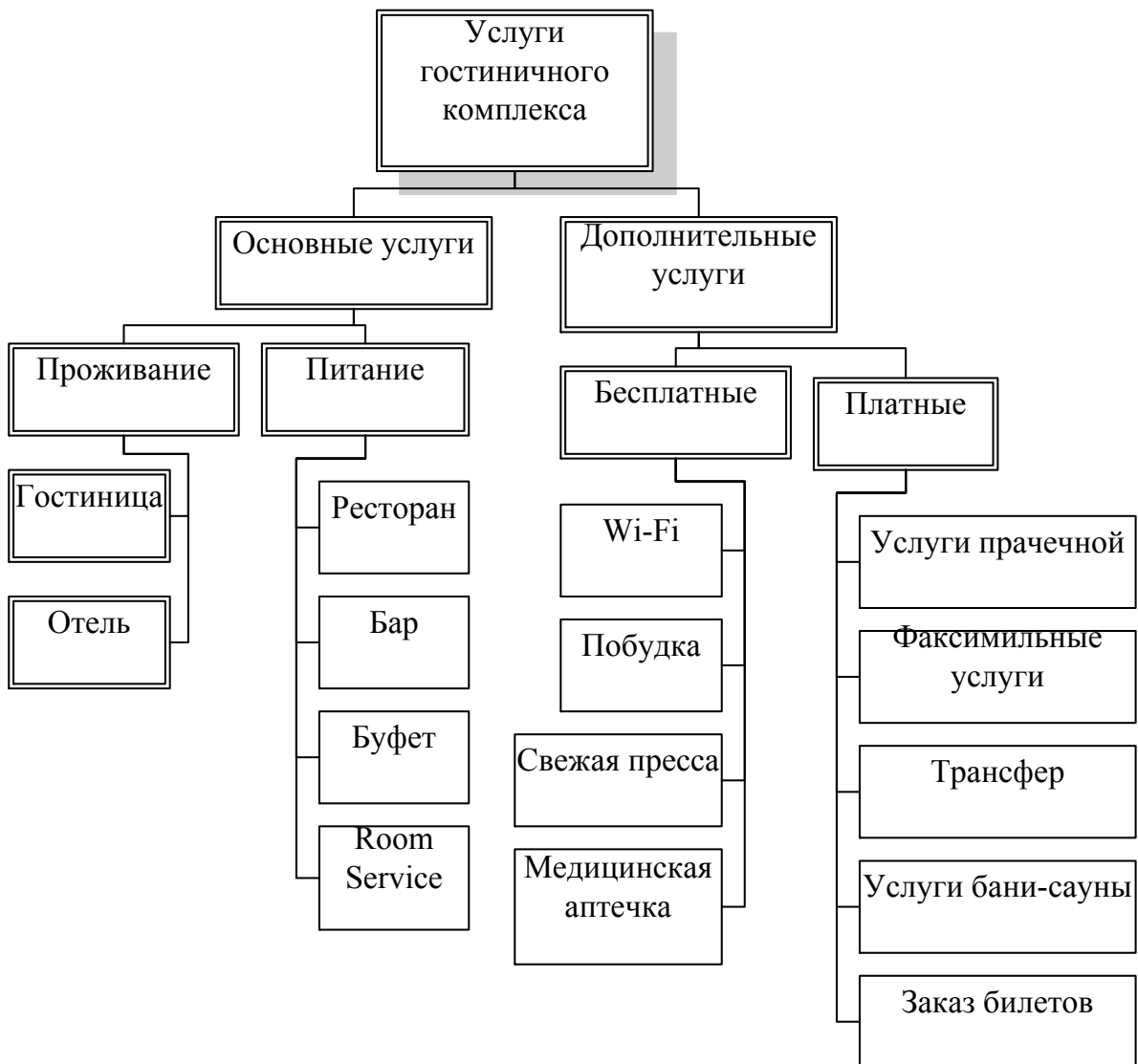


Рисунок 9 – Услуги гостиничного комплекса «Дружба»

На рисунке 10 представлено процентное соотношение каждого сегмента

потребителей гостиничных услуг. Данный контингент потребителей гостиничных услуг можно охарактеризовать как разнообразный, имеющий особое различие возрастных критериев, ритма и темпа жизни, культурных традиций, а так же вкусовых предпочтений.

По статистическим данным, полученным в результате взаимодействия с персоналом гостиницы «Дружба», было выявлено, что основными клиентами гостиничного комплекса являются деловые туристы, возраст которых составляет от 30 до 50 лет (40 % процентов потребителей гостиничных услуг).

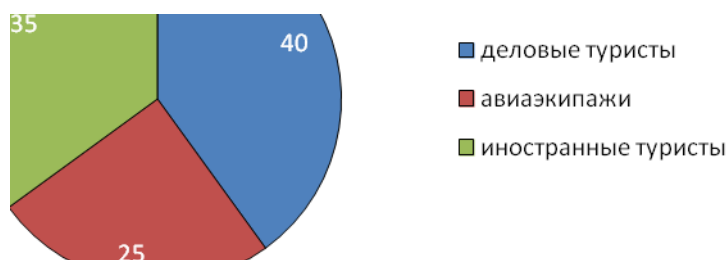


Рисунок 10 – Диаграмма распределения потребителей услуг гостиничного комплекса «Дружба»

Отличительной чертой данного сегмента является то, что они предъявляют повышенные требования к комплексу услуг, считая, что все в работе гостиницы необходимо совершенствовать, и нет такого направления работы, которое бы их полностью удовлетворяло. Уровень дохода таких клиентов – выше среднего, и предположительно при проживании в гостинице для них наиболее важной услугой после размещения является предоставление услуги питания.

Авиационные экипажи, проживающие в гостинице, составляют 25% потребителей гостиничных услуг. Данный сегмент потребителей представляет собой мужчин и женщин в возрасте от 25 до 37 лет, останавливающихся на

короткий срок (2-3 дня). Им важно, чтобы в гостинице предоставлялись услуги по организации питания и развлечению гостей, так как предоставление услуги здорового питания является для авиационных экипажей в первую очередь рекреационной услугой, способствующей восстановлению сил и здоровья гостей после длительных перелетов. Уровень дохода данного сегмента потребителей – средний. Одной из особенностей ресторана «Дружба» является предоставление постояльцам и посетителям вегетарианского и постного меню, что так же позволяет улучшить качество услуг питания и проявить заботу о гостях.

Группы иностранных туристов КНР представлены клиентами, имеющими самый высокий уровень дохода. Они составляют 35% посетителей гостиничного комплекса, но тем не менее приносят существенную прибыль гостиничному предприятию. В равной степени значимыми для них являются предоставление дополнительных услуг досуга такие (сауна, бассейн), а так же организация питания. Возрастная категория иностранных туристов колеблется от 25 до 50 лет. Иногда группы китайских туристов составляют семьи с детьми, которым чрезвычайно важно правильно и сбалансировано питаться.

Исходя из представленной информации, можно сделать вывод, что клиенты гостиничного комплекса «Дружба» активно пользуются основными услугами (проживание и питание), что говорит о целесообразности расширения ассортимента услуг питания.

Совершенствование основных услуг гостиничного комплекса позволит повысить коэффициент загрузки предприятия и повысить его доходность. Целесообразным будет модернизировать услугу предоставления питания. Совершенствование услуги предоставления питания возможно несколькими способами:

- расширение ассортимента предоставляемых услуг;
- расширение системы скидок;
- путем улучшения качества предоставляемых услуг.

Для реализации поставленной задачи необходимо провести подробный анализ деятельности службы питания в гостиничном комплексе «Дружба».

2.2. Анализ технико-экономических показателей службы питания гостиничного комплекса «Дружба»

В ходе преддипломной практики была проанализирована деятельность службы питания гостиничного комплекса «Дружба». Анализ функционирования службы питания в гостиничном комплексе «Дружба» показал, что служба питания представляет собой четыре формы организация питания:

- буфет;
- бар;
- ресторан «Дружба»;
- обслуживание в номерах.

В стоимость проживания включен завтрак, который подается с 7 до 11 утра в ресторане. Также персоналом службы питания возможна организация доставки блюд в номер. Данная услуга входит в разряд дополнительных платных услуг гостиницы и осуществляется официантами ресторана, которые, взаимодействуя с персоналом службы обслуживания номерного фонда, доставляют заказанные гостями по телефону блюда в номер.

На первом этаже в вестибюле гостиницы находится буфет, который производит реализацию ограниченного ассортимента холодных закусок, салатов, бутербродов, напитков, булочных и кондитерских изделий. При этом в буфете допускается отпуск упакованной продукции на вынос, а также реализация продовольственных бакалейных товаров. Организация работы буфета в вестибюльной группе гостиничного комплекса рассчитана на интенсивные

людские потоки, как только заселяющихся либо выезжающих людей, так и проживающих гостей, а также сторонних посетителей.

Гостиничное предприятие «Дружба» специализируется на групповых заказах и имеет договоры с авиа- и железнодорожными компаниями, иностранными компаниями Китайской народной республики, поэтому службой питания возможна организация и обслуживание торжественных и официальных приемов, совещаний, конференций, конгрессов, корпоративных обедов. В дневное время ресторан обслуживает проживающих в гостинице туристов.

Ресторан «Дружба» находится на втором этаже гостиничного комплекса. Предприятие питания имеет два зала: основной, рассчитанный на 120 посадочных мест площадью 240 м² и VIP-зал. В основном зале ресторана расположен бар, где осуществляется приготовление и продажа алкогольных и безалкогольных горячих и холодных напитков.

Оформление помещений выполнено в едином стиле. Единство стиля в интерьере достигается соотношением объёмно-пространственного решения, цветовой композиции, приёмов освещения и декоративных элементов. Для комфортного цветоощущения гостей ресторана, обращенный на северо-восток зал, оформлен в пастельно-розовой светлой цветовой гамме. Мебель в торговом зале ресторана обладает эстетическими достоинствами, прочностью, легко поддается санитарной обработке, обеспечивает максимальный комфорт для посетителей, создавая необходимые условия для отдыха.

Ресторан предлагает традиционную русскую и китайскую кухни. Ассортимент меню ресторана «Дружба» разнообразен и включает в себя фирменные блюда и закуски, горячие и холодные закуски, салаты, супы, вторые блюда из рыбы, белого и красного мяса, блюда из овощей, горячие и холодные сладкие блюда, а также выпечку.

Ресторан «Дружба» самостоятельно определяет ассортиментный перечень в соответствии со специализацией, имеющимся сырьем, сезоном года и учетом спроса потребителей. Организация и формирование меню и учет дви-

жения продуктов осуществляется в профессиональной информационной программе «R-Keeper».

Вид меню ресторана – а ля карт и служит для информирования потребителей об ассортименте продукции, напитков, их количественных характеристиках (выход блюд и цена). Кроме указанной функции, меню выполняет ряд информационных функций, являясь визитной карточкой, носителем рекламы.

В обеденное время с 12.00 до 15.00 персоналом ресторана организовывается реализация комплексных обедов со средней стоимостью 550 руб. Комплексные обеды предоставляются по специальным талонам и состоят из трех блюд. Ассортимент обедов стабилен и варьируется в зависимости от дня недели. По желанию гостя возможна организация заказа дополнительных блюд из меню ресторана.

В вечернее время контингент гостей ресторана включает как постояльцев гостиницы, так и не проживающих в ней посетителей. Вечером в залах ресторана организовывается развлекательная программа. К услугам гостей предлагается танцпол, живая музыка, винная карта. Средний чек стандартного заказа – 1500 руб. Организация развлекательных программ и предоставление дополнительных услуг в вечернее время позволяет в разы увеличить размер среднего чека, повысить коэффициент загрузки предприятия питания и улучшить качество обслуживания посетителей.

Разработка плана-меню ресторана базируется на материале, отражающем количество и состав потребителей, состояние и возможные колебания конъюнктуры спроса на отдельные виды продукции, перспективу снабжения предприятия продуктами, учитывается квалификация поваров, техническое оснащение предприятия.

Методом наблюдения была составлена загрузка торгового зала ресторана с учетом режима работы предприятия, степени загрузки торгового зала в течение дня и коэффициента оборачиваемости одного места в течение периода ра-

боты. Оборачиваемость мест зависит от продолжительности приема пищи и определяется по формуле (8):

$$\varphi = \frac{3600}{t}$$

(8)

где t - время приема пищи одним потребителем, с.

Комфортность пребывания в ресторане и оборачиваемость мест взаимодействуют напрямую. Чем комфортней гостю в ресторане, тем ниже оборачиваемость места. В ресторанах гость приходит не просто поесть, а получить некое эстетическое наслаждение, либо от самой еды, либо от атмосферы заведения, комфорт тут принципиально важен и его стоимость включена в чек. В таких заведениях оборачиваемость равная 1 абсолютно нормальна. Теоретически, возможно принять коэффициент оборачиваемости в ресторане «Дружба» равный единице [48].

Среднее время приема пищи зависит от формы обслуживания, количества потребляемых блюд, типа предприятия. В столовой, кафе, работающих с использованием метода самообслуживания, среднее время приема пищи одним посетителем составляет 20-30 мин, а в буфетах и закусочных- 15-20 мин, в ресторанах – 30-60мин.

Количество потребителей (N) в каждый час работы предприятия можно вычислить по формуле (9):

$$N = \frac{P * C * \varphi}{100},$$

(9)

где P – количество посадочных мест в конкретном предприятия общественного питания;

C – средний процент загрузки зала(%); φ – оборачиваемость одного места в час.

Согласно международной практике работы рестораторов оптимальное количество занятых посадочных мест – это 80% от общего количества мест в ресторане [48], т.е ресторан «Дружба» располагает 120-ю посадочными местами, то есть 96 посадочных мест – оптимальное количество для выявления степени загрузки заведения. Вычислим количество потребителей в период работы ресторана с 7.00 – 11.00:

$$N = \frac{96 * 60 * 1}{100} = 57,6$$

Исходя из изученных статистических данных, для анализа работы ресторана «Дружба» был выбран наиболее подходящий день – суббота, так как в выходные дни входящий поток посетителей более стабилен, чем в будни. Примерные результаты анализа загрузки предприятия питания приведены в таблице 4. Исходя из полученных показателей, можно сделать вывод: проходимость ресторана «Дружба» в выходной день составляет 240 человек, при этом средняя загрузка зала равна 41,7 %, что характеризует деятельность предприятия питания как не достаточно эффективную.

Средняя проходимость в наиболее загруженные часы работы заведения составляет 40 человек, что говорит о низкой интенсивности входящего потока потребителей. При этом в утренние часы загрузка зала составляет 60%, что говорит о стабильной работе ресторана в утренние часы. Загрузка зала ресторана в течение работы предприятия по часам приведена на рисунке 11.

Таблица 4 – Загрузка зала ресторана «Дружба»

Прием пищи	Часы работы	Оптимальное количество посадочных мест	Оборачиваемость одного места	Средний процент загрузки зала, %	Кол- во потребителей в периоды работы
Завтрак	07.00-11.00	96	1	60	57,6

-	11.00 - 12.00		1	20	19,2
Обед	12 – 15		1	50	48
-	15-17.30		1	20	19,2
Ужин	17.30–20		1	60	57,6
-	20- 23.00		1	40	38,4
Среднее значение			1	41,7	40
Итого :					240

Нестабильную загрузку зала ресторана в вечернее время можно объяснить наличием конкурентов, расположенных рядом с гостиничным комплексом. Например, кафе «61 Штат», средний чек которого ниже, а режим работы круглосуточный.

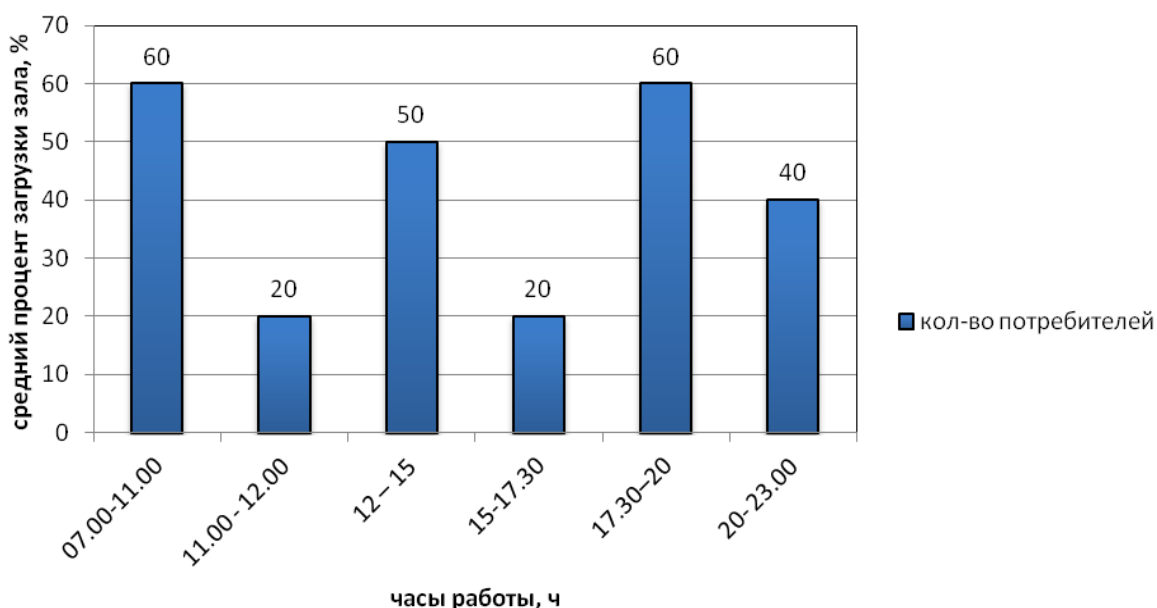


Рисунок 11 – Загрузка ресторана «Дружба»

2.3 Анализ анкетного опроса потребителей услуг питания

Оценить уровень востребованности ресторанного сервиса в ресторане «Дружба» возможно с помощью анкетного опроса потребителей услуг питания, который позволит выявить сильные и слабые стороны реального функционирования данного предприятия питания гостиничного комплекса. Цель анкетиро-

вания – оценить степень удовлетворенности посетителей предоставляемыми услугами и необходимости модернизации ресторанного сервиса предприятия питания.

Разработанная анкета представляет собой перечень из четырех закрытых вопросов, где требуется из трех предложенных вариантов ответов выбрать один, наиболее соответствующий мнению респондента и одного вопроса, в котором необходимо указать пол и возраст.

Основными критериями сегментации являются: возраст и пол респондентов, частота посещения, их отношение к здоровому питанию. Также гостям было предложено выбрать, что на их взгляд стоит усовершенствовать в работе ресторана «Дружба», и высказать свое мнение относительно ориентации меню ресторана на здоровое (сбалансированное) питание.

Анкетный опрос проводился в течение двух дней: пятницы и субботы, так как, по статистике, именно в эти дни входящий поток посетителей ресторана увеличивается. Проведение анкетирования было организовано таким образом, чтобы равномерно опросить гостей, посещающих ресторан в разные периоды его работы. Таким образом, объем выборки респондентов составил 40 человек. Данного количества опрашиваемых клиентов более чем достаточно для проведения оценки эффективности ресторанного сервиса.

Организация проведения анкетного опроса была бы невозможна без тесного сотрудничества с обслуживающим персоналом ресторана «Дружба», который непосредственно взаимодействует с посетителями. Процесс проведения анкетного опроса был организован следующим образом: по окончании трапезы вместе со счетом гостям выдавалась анкета, и проводился краткий инструктаж по ее заполнению. Благодаря небольшому количеству вопросов, анкетирование отняло не более 5 минут у каждого постояльца, при этом позволяя получить желаемую оценку ресторанного сервиса в полной мере. После заполнения анкеты, респондента благодарили за потраченное время, а анкеты складирова-

лись. По истечении двух дней была проведена интерпретация ответов. Результаты анкетирования представлены в таблице 5.

Анализ частоты посещаемости ресторана показал, что 30 % респондентов часто посещают предприятие питания, 45 % респондентов – бывают изредка, а 25 % опрошенных оказались в ресторане впервые. Следовательно, загрузку исследуемого предприятия питания можно оценить как стахостическую, постоянно меняющуюся и зависящую от сезонности спроса и загрузки гостиничного предприятия.

Таблица 5 – Результаты анкетирования потребителей ресторана «Дружба»

№	Критерии	Кол-во , чел	Доля, %
1	Возраст:		
	До 18лет	1	2,5
	18-30	16	40
	31-45	13	32,5
	Старше 45	10	25
2	Пол:		
	Женский	22	55
	Мужской	18	45
3	Частота посещения:		
	Часто посещаю (более 1раза в месяц)	18	30
	Бываю изредка (1 раз в месяц и менее)	12	45
	Я здесь 1раз	10	25
4	Отношение к здоровому питанию:		
	Положительно	20	50
	Нейтрально	13	32,5
	Отрицательно	7	17,5
5	Необходимость модернизации услуг:		
	Музыкальное сопровождение	11	27,5
	Ассортимент блюд	20	50
	Качество обслуживания	9	22,5
6	Ориентация меню ресторана на правильное питание:		
	Да. Отличная идея	19	47,5
	Можно. Для разнообразия	17	42,5
	Нет. Мне оно не нужно	4	10
Итого:		40	100

Анализируя данные таблицы 5, можно сделать следующие выводы. Основным потребителями услуг ресторана гостиничного комплекса «Дружба»

являются люди молодого и среднего возраста, от 18 до 45 лет. Они составляют больше 70 % потребителей услуг ресторана (рисунок 12).

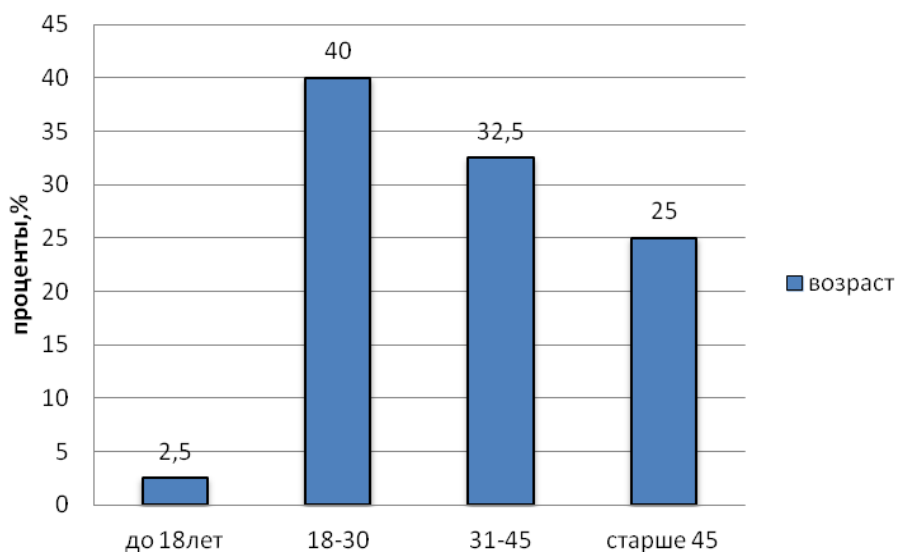


Рисунок 12 – Возраст посетителей ресторана «Дружба»

Среди посетителей преобладают женщины: их насчитывается 55 %, тогда как мужчин всего 45 % (рисунок 13.).



Рисунок 13 – Пол посетителей ресторана «Дружба»

В ходе анкетирования было определено отношение потребителей услуг ресторана к здоровому (сбалансированному) питанию. Респондентов, положительно относящихся к правильному питанию, оказалось 50 %, 32,5 % опрошенных относятся к затрагиваемой теме нейтрально, 17,5 % посетителей ресторана

не видят смысла в сбалансированном питании. Процентное соотношение ответов респондентов представлено на рисунке 14.

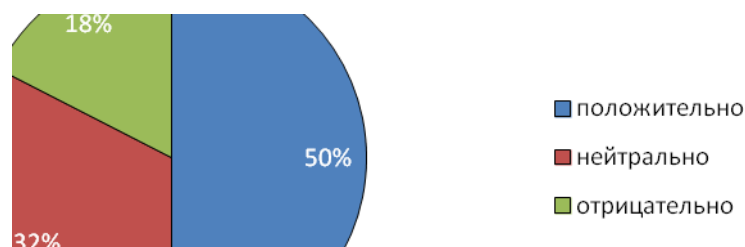


Рисунок 14 – Отношение посетителей ресторана к здоровому питанию

Мнения респондентов относительно внедрения блюд здорового питания и создания системы мер по улучшению условий питания разделились следующим образом: подавляющее большинство опрошенных (90 %) одобрили усовершенствование меню ресторана, отметив, что ориентация меню на здоровое (сбалансированное питание) было бы хорошей идеей и помогло бы разнообразить существующее меню исследуемого предприятия. Оставшиеся 10 % респондентов пожелали оставить существующий ассортимент блюд без изменений (рис. 15)

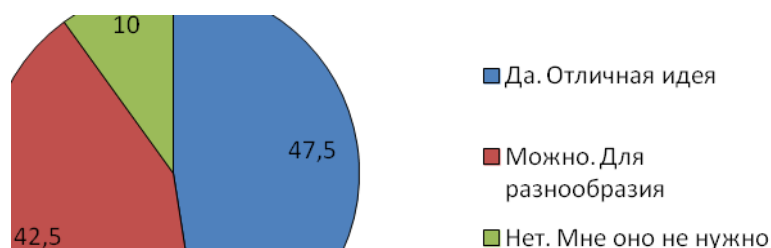


Рисунок 15 – Ориентированность меню на здоровее питание

На рисунке 16 представлена диаграмма распределения ответов посетителей ресторана относительно предоставляемых услуг.

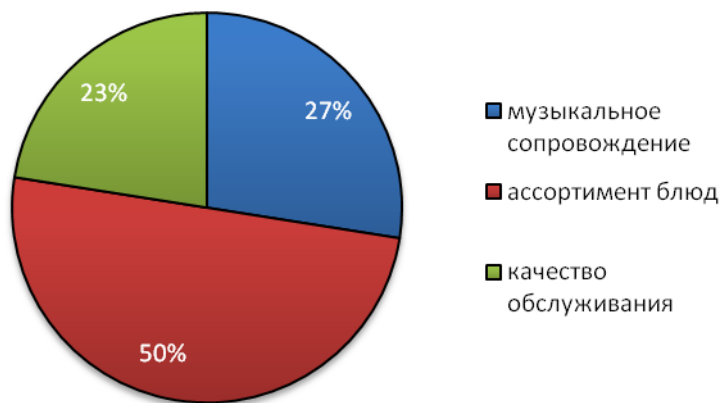


Рисунок 16 – Необходимость модернизации предоставляемых услуг

Исходя из полученной диаграммы, можно сделать вывод, что большинство посетителей ресторана «Дружба» считают целесообразным усовершенствование ассортимента предлагаемых блюд (50 %). 27 % опрошенных выступают за модернизацию музыкального сопровождения в ресторане, а 23 % посетителей не удовлетворены качеством обслуживания.

На основе анализа анкетного опроса посетителей ресторана «Дружба» можно предположить, что примерный коэффициент полезности предоставляемых услуг равен 50 %. Для повышения коэффициента полезности и сохранения мобильно-устойчивого состояния гостей предприятия питания требуется усовершенствование существующих услуг ресторанного сервиса. В частности ассортимента предоставляемых блюд, так как, по мнению подавляющего большинства респондентов, следует разнообразить существующее меню ресторана.

Заметим, что постоянная модернизация и обновление меню стоит в одном ряду с такими созидательными аспектами ресторанного сервиса, как укрепление философии «рациона», получение радости от питания, появления аппетита, формирования эффекта удивления постояльцев гостиничного комплекса с помощью высокоэффективной организационно-качественной системы питания. Для более точной оценки уровня востребованности ресторанного серви-

са необходимо провести анкетный опрос экспертов, т.е. сотрудников предприятия питания.

2.4 Анализ анкетного опроса экспертов предприятия питания гостиничного комплекса «Дружба»

Для более точной оценки уровня востребованности ресторанного сервиса необходимо провести анкетный опрос экспертов, т.е. сотрудников предприятия питания. Перед началом анкетного опроса определяется цель исследования и экспертная группа.

Цель экспертного опроса – выявить наиболее важные критерии работы ресторана и оценить существующий уровень ресторанного сервиса для разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности ресторана «Дружба» и гостиничного комплекса. Для отсеивания малозначимых факторов используют метод априорного ранжирования, который предполагает обработку данных, полученных в результате опроса специалистов.

Априорное ранжирование – это ранжирование каких-либо объектов (параметров) до проведения опытов, опирающееся не на результаты эксперимента, а на мнение экспертов. Вклад каждого фактора оценивается по величине ранга. Ранг $a=1$ получает наиболее предпочтительный объект (фактор), а ранг $a=n$ – наименее предпочтительный. Объекты выстраиваются в возрастающем или убывающем порядке, образуя шкалу порядка.

n – количество объектов (или факторов).

При сборе мнений путем опроса специалистов каждому из них предлагается заполнить анкету, где перечислены все факторы. Специалисты высказывают свое мнение независимо друг от друга в письменной форме, чтобы исключить влияние на высказываемые мнения авторитета известных специалистов. Численность опрашиваемых специалистов должна быть достаточной, чтобы обеспечить принятие правильного решения [1].

Таблица 6 – Пример анкеты для проведения экспертного опроса

Наименование показателя (фактора)	Единица измерения	Обозначение	Ранг
1. Имидж ресторана (узнаваемость)	баллы	X_1	
2. Срок существования заведения	баллы	X_2	
3. Наличие постоянного контингента	баллы	X_3	
4. Кухня заведения (виды меню, частота обновления, спрос на блюда)	баллы	X_4	
5. Позиционирование ресторана (специализация ресторана)	баллы	X_5	
6. Уровень сервиса обслуживания	баллы	X_6	
7. Атмосфера (дизайн, анимация)	баллы	X_7	
8. Техническая оснащенность	баллы	X_8	
9. Повышение квалификации персонала	баллы	X_9	
10. Сезонность работы	баллы	X_{10}	

Каждый из выбранных критериев, характеризующих ресторанный сервис, тем или иным образом влияет на эффективность работы предприятия питания. Для организации качественного функционирования ресторана рекомендуется постоянно анализировать критерии ресторанного сервиса, выявляя достоинства и недостатки.

Экспертами выступали сотрудники службы питания, которые являются профессионалами в данной области. Число экспертов $m = 6$. Экспертами выставлено каждому из 10 критериев ранговая оценка R . При этом наиболее важное свойство имеет оценку $R=1$, а наименее значимая оценку $R = 10$. Если эксперт некоторым показателям присвоил одинаковые ранги, то необходимо осуществить преобразование рангов. Для показателей, оказавшихся одинаково важными, ранги рассчитывают как среднее арифметическое соответствующих мест. В результате опроса в анкете одного из экспертов поставлены следующие ранги, представленные в таблице 7.

Таблица 7 – Ранговые оценки критериев ресторана, влияющих на уровень ресторанного сервиса

M	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	Σ	T _j
1	5	10	7	1.5	1.5	4	9	3	6	8	55	0.5
2	7	8	10	1	3	4.5	6	4.5	2	9	55	0.5
3	9	10	8	2.5	2.5	1	5	7	4	6	55	0.5
4	8.5	10	4	2	3	5	6	7	1	8.5	55	0.5
5	10	9	6	4	5	2	3	1	8	7	55	0
6	7	10	6	1.5	1.5	5	9	3	8	4	55	0.5
S _j	46.5	57	41	12.5	16.5	21.5	38	25.5	29	42.5	330	2.5
S _j -Scp	13.5	24	8	-20.5	-16.5	-11.5	5	-7.5	-4	9.5	0	
(S _j -Scp) ²	182.25	576	64	420.25	272.25	132.3	25	56.25	16	90.25	1835	
100/S _j	2.1505	1.754	2.44	8	6.0606	4.651	2.6316	3.922	3.4483	2.353	37.41	
y _i	0.0575	0.047	0.07	0.2138	0.162	0.124	0.0703	0.105	0.0922	0.063	1	
100/S _{j0}				8	6.0606	4.651		3.922			22.63	
y _o				0.3535	0.2678	0.206		0.173			1	

Суммы рангов по вертикали S_j для каждого свойства X_i зависят от количества экспертов m и от количества оцениваемых факторов n , они могут быть использованы для суждения о незначимости отдельных факторов, но только одной таблицы или при постоянных m и n . Сумма ранговых оценок по вертикали для каждого критерия рассчитана по формуле (3):

$$S_j = 5 + 7 + 9 + 8,5 + 10 = 46,5$$

Аналогично вычислим S_j для всех критериев оценки ресторанного сервиса. Удобнее характеризовать значимость отдельных критериев коэффициентами весомости γ и $\gamma \theta$. Относительная значимость отдельных критериев оценена коэффициентом значимости γ_i , который определен для каждого свойства по

формуле (4).

$$y_{11} = \frac{2,1505}{37,4} = 0,0575 ;$$

Дальнейшие вычисления y_{in} проведены аналогично и записаны в таблице 7. Из всех n характеристик выделены наиболее значимые характеристики n_0 ,

для которых $y_i >$ и для них пересчитываются коэффициенты весомости y_0 .

Для определения согласованности экспертных оценок по данным ранговых оценок экспертов рассчитан коэффициент согласия W формуле (5):

$$W = \frac{1835}{\frac{1}{12} * 36 * 990 - 6 * 2,5} = 0,621$$

Для оценки значимости коэффициента согласия находят критерий Пирсона по формуле (6):

$$x^2 = 0,621 * 6 * 9 = 33,52$$

Данный критерий сопоставлен с табличным значением критерия при степени свободы с вероятностью в таблице 8.

Таблица 8 – Значение критерия $x^2_{табл}$

Вероятность	Число степеней свободы S										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0,01	6,6	9,2	11,3	13,3	15,1	16,8	18,5	20,1	21,7	23,2	24,7
0,05	3,8	6,0	7,8	9,5	11,1	12,6	14,1	15,1	16,9	18,3	19,7

Сопоставив этот критерий с табличным значением критерия, сделан вывод, что $33,52 > 23,2$, то есть экспертная оценка произведена правильно. На рисунке 17 представлен график распределения значимости критериев оценки ресторанного сервиса.

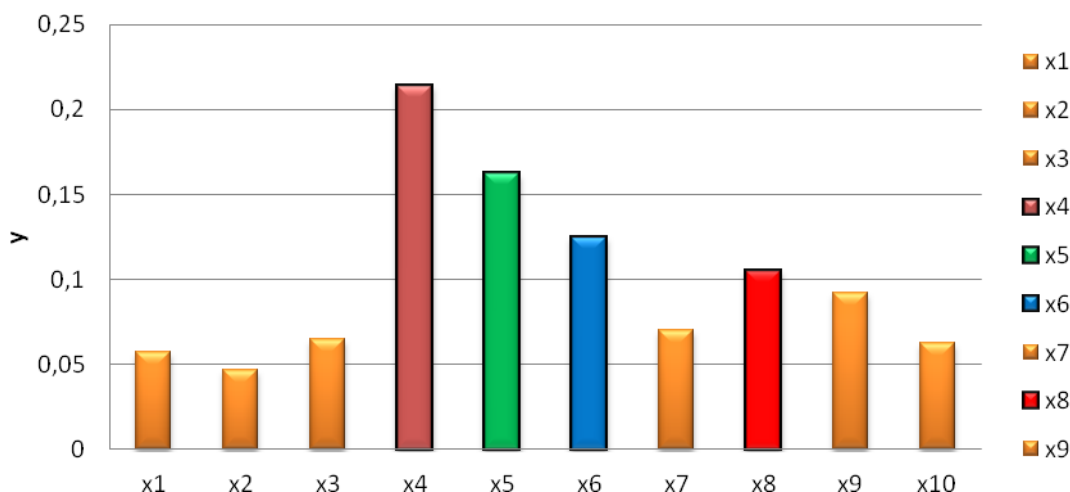


Рисунок 17 – График значимости критериев оценки ресторанного сервиса

Таким образом, в результате проведения экспертной оценки методом априорного ранжирования было установлено, что наиболее значимыми критериями ресторанного сервиса исследуемого предприятия питания являются:

- X_4 – кухня заведения (виды меню, частота обновления меню, спрос на блюда, спецпредложения);
- X_5 – позиционирование и специализация ресторана (ориентирование на что-либо);
- X_6 – уровень сервиса обслуживания гостей;
- X_8 – техническая оснащённость предприятия питания;

Заметим, что коэффициент весомости критерия X_4 является самым высоким из всех исследуемых ($\gamma_i = 0,2138$), а это значит, что на уровень ресторанного сервиса на исследуемом предприятии питания в большей мере влияет наличие различных видов меню, частота обновления меню, наличие новинок и спецпредложений, способствующих привлечению новых потребителей.

2.5 Мероприятия по усовершенствованию деятельности службы питания гостиничного комплекса «Дружба»

При совершенствовании уже существующих или при разработке каких-либо новых услуг для предприятия питания «Дружба» необходимо быть крайне осторожным, поскольку важно соблюсти баланс между сохранением мобильно-устойчивого состояния посетителей ресторана и повышением коэффициента полезности ресторанного сервиса.

По итогам проведения экспертной оценки ресторанного сервиса исследуемого заведения было выяснено, что наиболее значимым критерием ресторанного сервиса является наличие различных видов меню, частота обновления меню, наличие новинок и спецпредложений ($\gamma_4 = 0,2138$). Напомним, что 50 % опрошенных потребителей услуг питания (постояльцы гостиницы и посетители ресторана) считают целесообразным усовершенствование ассортимента предлагаемых блюд.

Исходя из полученных результатов опроса респондентов и экспертов, предположим, что совершенствование работы ресторана «Дружба» можно начать с модернизации существующего меню за счет внедрения блюд здорового (сбалансированного) питания, так как 90 % опрошенных потребителей положительно отнеслись к предложенной идее.

Данные мероприятия включают в себя:

- разработку технико-технологических карт блюд здорового питания;
- разработку, создание и запуск меню здорового питания;
- обновление дизайна существующего меню;
- разработку сезонных стимулирующих промо-акций;
- исключение из меню отработанных блюд;

- анализ проведенной работы;

Можно предположить, что грамотная организация и проведение предложенных мероприятий повлияют на уровень ресторанного сервиса и повысят эффективность функционирования предприятия питания гостиничного комплекса «Дружба».

Еще одним весомым критерием, влияющим на уровень ресторанного сервиса, согласно экспертной оценке является позиционирование (специализация) ресторана ($\gamma_6 = 0,162$). Специализация определяет выбор определенной кухни, тематики при организации работы ресторана. Уровень ресторанного сервиса прямо пропорционально зависит от позиционирования ресторана. Ресторан «Дружба», ориентированный на основной контингент проживающих, позиционирует себя как классический ресторан при гостинице и специализируется на русской и китайской кухнях. Однако, возможно, частичное ориентирование его деятельности в русской кухне на здоровое питание, которое сопровождает людей, ведущих на здоровый образ жизни. Данное мероприятие поможет повысить эффективность работы предприятия питания [33].

Так же экспертами отмечены еще два критерия, оказывающих влияние на уровень ресторанного сервиса исследуемого предприятия питания. Такими критериями являются уровень сервиса обслуживания (X_6) и техническая оснащенность ресторана (X_8). Для повышения уровня ресторанного сервиса и сохранения мобильно-устойчивого состояния посетителей заведения необходимо разработать и провести мероприятия по совершенствованию функционирования данных критериев. Так же ориентация ресторана на меню здорового питания автоматически ведет к модернизации оборудования и ресторанного сервиса. Совершенствование технической оснащенности исследуемого предприятия возможно за счет замены устаревшего оборудования более современным.

К мероприятиям по повышению уровня сервиса обслуживания можно отнести:

- организацию и проведение различных тренингов для персонала;

- систематическую переаттестацию сотрудников ресторана «Дружба»;
- совершенствование стандартов обслуживания;
- контроль за соблюдением стандартов обслуживания на предприятии.

Возможность ориентирования ресторана «Дружба» на сбалансированное (здоровое) питание, являющееся частью здорового образа жизни постояльцев гостиницы, способствует экономии некоторых параметров технической оснащенности ресторана.

Высокий уровень ресторанного сервиса в гостиничном предприятии чрезвычайно важен, так как через него раскрывается философия гостеприимства. Ресторанный сервис влияет на сознание потребителей, формирует у них чувство удовлетворенности, а так же повышает ценности услуги. Важным аспектом в работе предприятия питания при гостинице является постоянно обновление и совершенствование всех критериев ресторанного сервиса, так как основная миссия гостиницы – сохранение мобильно-устойчивого состояния граждан.

Выводы по второму разделу

Во втором разделе «Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности службы питания гостиничного комплекса «Дружба»» исследуется ресторанный сервис предприятия питания гостиничного комплекса.

С помощью выявленных и описанных в первой части бакалаврской работы методик была оценен текущий уровень ресторанного сервиса на предприятии питания.

На основании проведенного анализа анкетного опроса посетителей ресторана «Дружба» были выявлены следующие проблемы в работе предприятия питания гостиничного комплекса:

- 1) недостаточно высокий уровень обслуживания;
- 2) отсутствие обновлений в меню ресторана;
- 3) нестабильная загрузка зала ресторана.

Так же благодаря анкетному опросу потребителей выявлена потребность постояльцев гостиничного комплекса и посетителей ресторана в меню здорового (сбалансированного) питания. Более 90 % опрошенных респондентов поддержали идею ориентации русской кухни на сбалансированное питание.

Для выбора наиболее значимых критериев оценки ресторанного сервиса была проведена экспертная оценка деятельности исследуемого заведения методом априорного ранжирования, который позволяет оценить качество предоставляемых услуг.

В результате проведения экспертной оценки методом априорного ранжирования было установлено, что наиболее значимыми критериями ресторанного сервиса исследуемого предприятия питания являются:

- X_4 – кухня заведения (виды меню, частота обновления меню, спрос на блюда, спецпредложения);

- X_5 – позиционирование и специализация ресторана (ориентирование на что-либо);

- X_6 – уровень сервиса обслуживания гостей;

- X_8 – техническая оснащенность предприятия питания;

Разработаны и предложены мероприятия, способствующие улучшению уровня ресторанного сервиса на гостиничном предприятии «Дружба»:

- модернизация и обновление меню ресторана (разработка и запуск спец-предложений, новинок, акций, ориентированных на здоровое питание);

- размещение рекламы о новинках меню на тейбл-тентах в зале ресторана и на стойке ресепшен;

- модернизация технического оснащения кухни ресторана;

- повышение качества обслуживания за счет переаттестации и профессиональной переподготовки сотрудников ресторана.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первом разделе «Теоретические аспекты организации функционирования службы питания в гостиничном предприятии» излагаются результаты анализа литературных источников о функционировании службы питания гостиничных предприятий.

Даны определения формам, типам и методам обслуживания клиентов службой питания в гостиничном предприятии. Рассмотрен состав и функции структурных подразделений службы питания. В результате анализа литературных источников выявлено, что правильная организация функционирования службы питания способствует улучшению качества ресторанного сервиса и повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия. Спецификой работы службы питания является то, что ей необходимо, взаимодействуя со службами гостиничного предприятия, реализовывать грамотное управление предприятиями питания и структурными подразделениями с целью достижения максимальной прибыли и высокого уровня удовлетворенности клиента.

Рассмотрены понятия «питание», «диета» и «здоровое питание». Изучены существующие теории питания и обозначены основные принципы сбалансированного (здорового) питания. Проанализированы особенности организации здорового питания в гостинице. В качестве примеров успешной реализации меню здорового питания в гостинице фигурируют зарубежные отели. В России большими темпами идет пропаганда ориентированности на здоровый образ жизни и здоровое питание.

Проанализированы, изучены и выбраны методики исследования ресторанного сервиса. Исследуемое гостиничное предприятие имеет статус деловой гостиницы, постоянными клиентами которой являются командированные с за-

пада России специалисты, авиационные экипажи, а также иностранные туристы Китайской народной республики.

Главной особенностью, выделяющей его на гостиничном рынке Благовещенска, является высококлассный уровень сервиса и обеспечение гостей качественными основными и дополнительными услугами.

Дальнейшее исследование будет направлено на изучение возможности расширения услуг службы питания и повышения доходности и посещаемости предприятия питания гостиничного комплекса. Для осуществления поставленной цели требуется решить следующие задачи:

- проанализировать деятельность гостиничного комплекса «Дружба»;
- провести анализ организации работы службы питания в гостиничном комплексе «Дружба»;
- исследовать потребность посетителей ресторана «Дружба» в меню здорового питания;
- провести экспертный опрос сотрудников ресторана «Дружба»;
- предложить мероприятия по совершенствованию деятельности ресторана «Дружба».

Во втором разделе «Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности службы питания гостиничного комплекса «Дружба»» исследуется ресторанный сервис предприятия питания гостиничного комплекса.

С помощью выявленных и описанных в первой части бакалаврской работы методик была оценен текущий уровень ресторанного сервиса на предприятии питания.

На основании проведенного анализа анкетного опроса посетителей ресторана «Дружба» были выявлены следующие проблемы в работе предприятия питания гостиничного комплекса:

- 1) недостаточно высокий уровень обслуживания;
- 2) отсутствие обновлений в меню ресторана;
- 3) нестабильная загрузка зала ресторана.

Так же благодаря анкетному опросу потребителей выявлена потребность постояльцев гостиничного комплекса и посетителей ресторана в меню здорового (сбалансированного) питания. Более 90 % опрошенных респондентов поддержали идею ориентации русской кухни на сбалансированное питание.

Для выбора наиболее значимых критериев оценки ресторанного сервиса была проведена экспертная оценка деятельности исследуемого заведения методом априорного ранжирования, который позволяет оценить качество предоставляемых услуг.

В результате проведения экспертной оценки методом априорного ранжирования было установлено, что наиболее значимыми критериями ресторанного сервиса исследуемого предприятия питания являются:

- X_4 – кухня заведения (виды меню, частота обновления меню, спрос на блюда, спецпредложения);
- X_5 – позиционирование и специализация ресторана (ориентирование на что-либо);
- X_6 – уровень сервиса обслуживания гостей;
- X_8 – техническая оснащенность предприятия питания;

Разработаны и предложены мероприятия, способствующие улучшению уровня ресторанного сервиса на гостиничном предприятии «Дружба»:

- модернизация и обновление меню ресторана (разработка и запуск спецпредложений, новинок, акций, ориентированных на здоровое питание);
- модернизация технического оснащения кухни ресторана;
- повышение качества обслуживания за счет переаттестации и профессиональной переподготовки сотрудников ресторана.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Абакумова, И.В. Методы и средства исследования технологических процессов: учебное пособие: рек. ДВ РУМЦ / И.В.Абакумова. - Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2010. - 114с.

2 Антонов, Д. Организация здорового питания в курортном отеле [Электронный ресурс] // Фронтдеск. Ру офиц. сайт. – 09.06.2015. – Режим доступа:[http://www/frontdesk.ru/article/organizaciya-zdorovogo-pitaniya-v-kurortnom-otele](http://www.frontdesk.ru/article/organizaciya-zdorovogo-pitaniya-v-kurortnom-otele). - 11.12.2015

3 Артемова, Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: Учебное пособие / Е.Н. Артемова, В.А. Козлова. – Орел: Орел ГТУ, 2005. – 104 с.

4 Белошапка, М. И. Технология ресторанного обслуживания / М. И. Белошапка. – М.: Издательский центр Академия, 2006. – 224 с.

5 Байлик, С. И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И. Байлик – М. : Альтерпресс, 2002. – 252 с.

6 Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства : пер. с англ. / Р.А. Браймер. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 384 с.

7 Васюкова, А. Т. Организация производства и управления качеством продукции в общественном питании. Учебное пособие / А. Т. Васюкова, В.И. Пивоваров – М.: Изд-во «Дашков и К», 2008. – 328 с.

8 Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. Учебное пособие / М. В. Виноградова, З.И. Панина – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2006. – 464 с.

9 Волкова, И.В. Ресторанный бизнес в России. С чего начать и как преуспеть / И.В. Волкова, Я. И. Миропольский, Г. М. Мумрикова– М.: Флинта, 2006. – 184 с.

10 Все отели России [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.all-hotels.ru – 08.05.2016

11 ГОСТ 50762-2007. Общественное питание. Классификация предприятий. – Взамен ГОСТ Р 50762-95 ; введ. 2009 – 01 -01. – Москва: Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации ; М.: Изд-во стандартов, 2009. – 15с.

12 ГОСТ 50646 – 94. Услуги населению, термины и определения. – Введ. 2004 – 02 – 21. – М. : Изд-во стандартов, 2004.

13 ГОСТ Р 50645 – 94/ ГОСТ 2861.1 – 95 «Классификация гостиниц». Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. – М. : Изд-во стандартов, 1997.

14 ГОСТ 2.104-68 ЕСКД Основные надписи. – Взамен ГОСТ 5293 – 60; введ. 1967 – 01 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2001.

15 ГОСТ 2.105-95 ЕСКД Общие требования к текстовым документам. – Введ. 1995 – 04 – 26. – М. : Изд-во стандартов, 2001.

16 ГОСТ 2.106-96 ЕСКД Текстовые документы. – Введ. 1997 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2003. – 16 с.

17 ГОСТ 2.111-68 ЕСКД Нормоконтроль. – Введ. 1971 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2000. – 15 с.

18 ГОСТ 2.306-68 ЕСКД Обозначение графических материалов и правил нанесения их на чертежах. – Взамен ГОСТ 3455 – 59; введ. 1971 – 01 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2004. – 10 с.

19 ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. – Введ. 2011 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2001. – 20 с.

20 ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. – Введ. 2001 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2000.

21 ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. – Введ. 2009 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2008.

- 22 ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) Туристские услуги гостиницы. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения
- 23 ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. – Введ. 2010 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2009.
- 24 ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования. – Введ. 2011 – 07 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2010.
- 25 ГОСТ Р 54600-2011 Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования. – Введ. 2013 – 01 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2011.
- 26 ГОСТ Р ИСО 90004-2001 Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности. – Введ. 2001 – 08 – 31. – М. Изд-во стандартов, 2000.
- 27 Гостиница «Дружба» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.hoteldruzhba.ru> – 15.04.2016
- 28 Гостиничный и ресторанный бизнес. Часть 2. Сборник студенческих работ / под ред. док.эконом.наук, профессора И.А. Куянцева. – М.: Студенческая наука, 2012. – 1378с.
- 29 Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. / В. А. романов [и др]. – М. : МарТ, 2010. – 392 с.
- 30 Ефимова, Ю. Кафе. Создание и управление / Ю. Ефимова // Ресторанные ведомости. – 2008. - №1 – С. 12-16.
- 31 Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах: Учеб. пособие для студентов среднего профессионального образования / М. А. Ёхина. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 208 с.
- 32 Записки маркетолога. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/table_tent/. – 9.06.2016
- 33 Зорин, И. В. Туризм и отраслевые системы : учебник / И.В. Зорин, П.А. Виноградов, Е.Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 178 с.

- 34 Исмаев, Д. К. Международное гостиничное хозяйство : по материалам зарубежных публикаций / Д. К. Исмаев. – М. : ВШТГ, 2004. – 86с.
- 35 Иванов, А.А. Общественное питание в России. Современное состояние. Гигиенические проблемы. Информационный сборник статистических и аналитических материалов / А.А Иванов, В.В.Мясникова. – М. – ФЦГСЭН. 2004. – 24с.
- 36 Калашников, Б.В. Кафе, бары, рестораны: организация, практика и техника обслуживания / Б. В. Калашников – М.: Проспект, 2008. – 384 с.
- 37 Кобышев, С. Место, где время течет медленно / С. Кобышев // Бизнес.- 2009. - №7 – С. 16-23
- 38 Кондратьев, К.П. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания. Учебное пособие / К. П. Кондратьев - Улан-Уде: Изд-во ВСГТУ, 2007. – 107 с.
- 39 Котлер, Ф. Основы маркетинга : пер. с англ./ Ф.Котлер [и др]. – СПб. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 580 с.
- 40 Культура питания в Европе и США: особенности, проблемы, тенденции. [Электронный ресурс] // Медлинкс. Ру : офиц. сайт – М., 2011 – Режим доступа: <http://www.medlinks.ru/article.php?sid=14729>. – 4.12.2015
- 41 Кусков, А.С. Гостиничное дело. Учебное пособие / А.С. Кусков – М.: Дашков и Ко, 2009. – 328 с.
- 42 Крюков, Р.В. Ресторанное дело. Конспект лекций / Р. В. Крюков – М.: Приор, 2009 – 112 с.
- 43 Ляпина, И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания / И. Ю. Ляпина. – М. : ПрофОбрИздат, 2001. – 187 с.
- 44 Медлик, С. Гостиничный бизнес: Учебник / С. Медлик, Х. Инграм. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 239 с.
- 45 Основы здорового питания [Текст]: пособие по общей нутрициологии / А.В.Скальный и [и др] - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2005. – 117 с.

46 Петраков, А.А. Анализ тенденций развития индустрии питания / А.А. Петраков - М., 2010. – с.113-127.

47 Ресторанный бизнес в России: технология успеха / Кучер, Л.С [и др]. - М.: ТрансЛит, 2007. – 468 с.

48 Ресторанный бизнес. Основные моменты и нюансы. [Электронный ресурс] // Роллерквест.Ру : офиц. сайт – М., 2014 – Режим доступа: <http://www.rollerquest.ru/index.php/organizatsiya-protssessa/tipy-zavedenij-restorannogo-khozyajstva>. - 15.05.2016

49 Роглев, Х.Й. Основы гостиничного менеджмента: Учебник / Х.Й. Роглев – К.: Кондор, 2009. – 408 с.

50 Приказ Минкультуры России от 11.07.2014 № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристкой индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». – введ. 2014 – 01 – 29. – Москва: Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации ; М.: Изд-во стандартов, 2014 – 137с.

51 СанПиН 2.3.2.1324-03 «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов». – Взамен СанПиН 42-123-4117-86; введ. 2003 – 06 – 25. – Москва: Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации ; М.: Изд-во стандартов, 2009 – 25с.

52 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов: Санитарно-эпидемиологические правила. – введ. 2002 – 01-01. - М.: Федеральный центр госсанэпиднадзора Минздрава России, 2001. – 12 с.

53 СанПиН 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья». – введ. 2002 – 02 – 01. - М.: Федеральный центр госсанэпиднадзора Минздрава России, 2001. – 15 с.

54 Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии туризма и гостеприимства: Учебное пособие / С.С. Скобкин – М.: Магистр, 2007 – 228 с.

55 Служба питания. Характер ресторанного сервиса. [Электронный ресурс] // Oturbiznese.ru: офиц.сайт – 16.04.2016. – Режим доступа: <http://www.oturbiznese.ru/36.html>

56 Смагин, И.Н. Организация коммерческой деятельности в общественном питании: Учебное пособие / И.Н. Смагин, Д.А. Смагина – М. : ИРПО; ПрофОбрИздат, 2002 – 416с.

57 Солдатиков, Д. Принципы успешного бизнеса / Д. Солдатиков // Ресторанные ведомости. . – 2008. - №8 – С. 12-13.

58 Статистические методы повышения качества / под ред. Хитоси Кумэ. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 291 с.

59 Травницкий, А. Старт ресторанного бизнеса / А. Травницкий // Личные деньги. – 2007 – №7 – С.16.

60 Туризм и гостиничное хозяйство / под ред. А. Д. Чудновского. – М. ЭКМОС, 2002. – 197 с.

61 Уокер, Джон Р. Введение в гостеприимство : Учебное пособие , Джон Р. Уокер; пер. с англ. | В.П. Егорова | . – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 – 736 С.

62 Федотова, И. А. Ресторанная кухня. Здоровое меню / И. А. Федотова //Ресторанные ведомости – 2011 - №12 – С.13

63 Федеральный закон от 29 декабря 2014 г. № 473-ФЗ (в ред. ФЗ от 13.07.2015) «О территориях опережающего социально-экономического развития» // Собр. законодательства Российской Федерации. -2014.

64 Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300 – 1 (ред. от ФЗ 13.07.2015) «О защите прав потребителей» // Собр. Законодательства Российской Федерации. - 2014

65 Щетинина, Е.Б. Менеджмент гостиничных услуг: Учебное пособие / Е.Б. Щетинина – М. : ООО ИД «Равновесие». 2006 – 170 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Типы ресторанов

№	Наименование	Характеристика
1	Салонные	изысканность; шикарный интерьер; изысканные блюда; степенный и учтивый персонал; атмосфера торжественности; спокойная, ненавязчивая музыка
2	Национальные (фольклорные)	учитывают национальные особенности какого-либо народа, его культуры, быта и специфики национальной кухни; национальные музыкальные программы
3	Интерьерные (ландшафтные)	необычность состоит в местонахождении, расположении интерьера.
4	Музыкальные	специализируются на каком-либо жанре/стиле музыки
5	Концертные	ориентированы на проведение выступлений артистов; проводятся шоу-программы, программы-варьете, концерты вокалистов/музыкантов
6	Кафешантаны (стриптиз-бары)	выделяется 2 основных вида: - стриптиз – «гвоздь программы»; - элементы эротики в обслуживании для привлечения клиентов
7	Кейтеринг	выездное ресторанное обслуживание; позволяет ощутить посетителям атмосферу ресторана, не посещая его
8	Фаст-фуды	предоставляется готовая пицца; самообслуживание; цены ниже, чем в других ресторанах; располагаются в оживленных местах
9	Рестораны смешанного типа	обычные рестораны со стандартной кухней и иногда с музыкальной программой; имеют самый разнообразный контингент посетителей

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Дополнительные типы организации ресторанного сервиса

1. Континентальный завтрак. Континентальный завтрак включает кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки, лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом. Во многих странах Европы континентальный завтрак входит в цену размещения в гостинице.

2. Расширенный завтрак (или завтрак континентальный плюс – continental plus breakfast). В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются: соки, блюдо с нарезанной ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья.

3. Английский завтрак. В классическом варианте английский завтрак начинается с утреннего чая или кофе (возможно горячего шоколада), принесенного в номер. Он также включает сахар, булочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Может дополняться блюдами из яиц (яичницей с ветчиной или беконом, яйцами, жаренными на хлебе, омлетом с ветчиной или шампиньонами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых.

4. Американский завтрак. Дополнительно предлагается: обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с молоком или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог и др.

5. Завтрак с шампанским. Время предоставления этого завтрака – с 10.00 до 11.30. Предполагается кофе, чай, алкогольные напитки (шампанское, вино), небольшие холодные закуски и горячие блюда, супы, салаты, десерты. Подается такой завтрак прямо в номер.

6. Поздний завтрак. Время предоставления – 10.00 – 14.00. Используются составные элементы, входящие, как в завтрак, так и в обед: горячие и холодные

напитки, булочки, масло, джем, колбаса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты.. Представляет альтернативу завтраку и обеду [21].

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Методы обслуживания

1. Обслуживание «а ля карт» (a la carte). Гости из карты-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. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. В данном случае уместно говорить о суггестивном сервисе (суггестия – внушение). Цель суггестивного сервиса – превратить обслуживающий персонал в умелых продавцов ресторанных услуг, в совершенстве знающих свой товар. Метод «а ля карт» считается самым трудоемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей.

2. «А парт» (a part). 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 с временем, указанным 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.

3. «Табльдот» (table d'hote). 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. Официант станет приносить то, что клиент выберете из 3-4 наименований. Чаще всего за вино придется платить. Оно покупа-

ется бутылками, а если не допили, то официант запишет на этикетке номер вашего столика и подаст эту же бутылку в следующий раз.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ 3

Методы обслуживания

4. 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. Все категории гостей с одобрением воспринимают этот метод обслуживания, поскольку он позволяет выбирать себе пищу по вкусу и в количестве, удовлетворяющем аппетит. 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.

5. Буфетное обслуживание. Буфет – это вид самообслуживания. Кушанья стоят или лежат у всех на виду, и каждый голодный постоялец имеет полное право бродить от сковородки к сковородке или от блюда к блюду, наполняя 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. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приготовления и отпуска и может быть самым разнообразным: прохладительные и горячие напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия, молочнокислые продукты, фрукты, всевозможные бутерброды и т.д. В последнее время данный метод обслуживания стал популярен при организации завтраков (так называемый завтрак-буфет). Также он широко используется при обслуживании участников конференций, симпозиумов, совещаний, переговоров [36].

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Теории питания

Античная теория питания. Согласно античной теории питание всех структур организма происходит за счет крови, которая непрерывно образуется в пищеварительной системе из пищевых веществ в результате сложного процесса неизвестной природы. В печени происходит очистка этой крови, после чего она используется для питания всех органов и тканей. На основе античной теории были построены многочисленные лечебные диеты древних.

Теория сбалансированного питания. Эта теория возникла более 200 лет назад и преобладала в диетологии до последнего времени. Суть теории сбалансированного питания сводилась к следующим положениям:

- идеальным считается питание, при котором приток пищевых веществ в организм соответствует их расходу;
- пища состоит из нескольких компонентов, различных по физиологическому значению: полезных, балластных и вредных, или токсичных.
- в ней содержатся и незаменимые вещества, которые не могут образовываться в организме, но необходимы для его жизнедеятельности;
- обмен веществ у человека определяется уровнем концентрации аминокислот, моносахаридов, жирных кислот, витаминов и минеральных веществ, следовательно, можно создать так называемые элементные диеты;
- утилизация пищи осуществляется самим организмом.

На основе теории сбалансированного питания были разработаны различные пищевые рационы для всех групп населения с учетом физических нагрузок, климатических и других условий, созданы новые пищевые технологии, обнаружены ранее неизвестные аминокислоты, витамины, микроэлементы. Классическая теория сбалансированного питания стимулировала развитие важных

теоретических и практических положений, в том числе положений об идеальной пище и парентеральном питании [45].

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ 4

Теории питания

Теория адекватного питания. Эта теория вобрала в себя все ценное, что было в теории сбалансированного питания, но появились и новые положения. Согласно этой теории необходимым компонентом пищи являются не только полезные, но и балластные вещества (пищевые волокна). Было сформулировано представление о внутренней экологии (эндоэкологии) человека, образуемой благодаря взаимодействию организма хозяина и его микрофлоры. Питательные вещества образуются из пищи при ферментативном расщеплении ее макромолекул за счет полостного и мембранного пищеварения, а также формирования в кишечнике новых химических компонентов, в том числе и незаменимых. Нормальное питание обусловлено не одним потоком полезных веществ из желудочно-кишечного тракта во внутреннюю среду организма, а несколькими потоками питательных и регуляторных веществ.

Альтернативные теории питания.

Вегетарианство. Вегетарианство относится к наиболее древним альтернативным теориям питания. Это общее название систем питания, исключающих или ограничивающих потребление продуктов животного происхождения. Термин "вегетарианство" происходит от латинского *vegetarius* - растительный.

Различают чистое (или строгое) вегетарианство, сторонники которого исключают из пищевого рациона не только мясо и рыбу, но и молоко, яйца, икру, а также нестрогое (безубойное) вегетарианство, допускающее молоко, яйца, т.е. продукты живых животных. Согласно представлениям вегетарианцев, потребление животных продуктов противоречит строению и функции пищеварительных органов человека, способствует образованию в организме токсичных веществ, отравляющих клетки, засоряющих организм шлаками и вызывающих

хронические отравления. Питание исключительно растительной пищей ведет к более чистой жизни и служит неизбежным этапом восхождения человека к идеалу. Достоинством вегетарианства по сравнению с обычным питанием является уменьшение риска заболевания атеросклерозом, так как вегетарианская диета способствует нормализации артериального давления.

Лечебное голодание. Суть данной теории заключается в полном воздержании от пищи в течение определенного периода времени. Период голодания может быть различным - от одного дня до нескольких недель. Метод лечебного голодания пережил свои взлеты и падения, у него столько же сторонников, сколько и противников. Споры вокруг него продолжаются не одно десятилетие.

Основой действия голодных диет является дозированный стресс, приводящий к активированию всех систем, в том числе к усилению обмена веществ. В настоящее время метод лечебного голодания используется в лечении многих сердечно-сосудистых, желудочно-кишечных, аллергических заболеваний, при ожирении и ряде психических расстройств.

Концепция питания предков. *Сыроедение* - это питание сырыми молочными-растительными продуктами без термической обработки. По мнению сторонников сыроедения, такое питание позволяет усваивать питательные вещества в первозданном виде, так как под влиянием термической обработки и неизбежного воздействия металлов их энергетическая ценность снижается, а усваиваемость затрудняется. С позиции научной медицины концепция сыроедов может быть принята лишь на короткий срок. *Сухоедение* как вторая разновидность концепции питания предков может быть допустима лишь на ограниченный срок при лечении некоторых заболеваний кишечника. Лишение человека жидкости даже на несколько суток приводит к обезвоживанию организма. Эта концепция не соответствует законам рационального питания [45].

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ 4

Теории питания

Концепция раздельного питания. Родоначальником концепции раздельного питания был американский диетолог Герберт Шелтон. Его система строго регламентирует совместимость и несовместимость пищевых продуктов. Согласно концепции Г. Шелтона, нельзя одновременно есть белковую и крахмалистую пищу : мясо, рыба, яйца, сыр, молоко, творог несовместимы с хлебом, мучными изделиями и кашами. Объясняется это тем, что белки перевариваются в кислой среде в нижней части желудка, а крахмалы - в верхних его частях под действием фермента слюны и требуют щелочной среды.

Концепция главного пищевого фактора. Сторонники этой теории считают, что организм должен быть обеспечен каким-то одним или несколькими пищевыми факторами. Все другие компоненты пищи считаются второстепенными или просто игнорируются. Очевидно, что при таком подходе из пищевого рациона исчезают некоторые незаменимые пищевые вещества. С позиций научной медицины главного пищевого фактора не существует. Организм должен получать весь комплекс заменимых и незаменимых пищевых веществ в сбалансированном виде [45].

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Образец анкеты для гостей ресторана «Дружба»

Уважаемые гости!

Персонал гостиницы «Дружба» с особым вниманием и заботой относится к каждому Гостю и старается сделать его пребывание незабываемым. Благодарим Вас за то, что согласились принять участие в нашем исследовании! В ходе этого опроса мы хотели бы узнать Ваше мнение о работе нашего ресторана!

Мы стремимся совершенствовать наши услуги, и Ваше мнение очень важно для нас! Внимательно прочтите каждый вопрос и возможные варианты ответов к нему. Выберите ответ, наиболее соответствующий вашему мнению, и укажите его. Просим отвечать искренне и работать самостоятельно. Помните о том, что не существует правильных или неправильных ответов на любой из наших вопросов. Анонимность ответов гарантируется.

1. Насколько часто вы посещаете ресторан «Дружба»?
 - a) Довольно часто
 - b) Редко (1 раз в месяц)
 - c) Я здесь первый раз
2. Как Вы относитесь к правильному и здоровому питанию?
 - a) Положительно. Сам(а) хочу попробовать.
 - b) Нейтрально. Каждый питается как хочет
 - c) Отрицательно. Не вижу в этом смысла
3. Укажите Ваш возраст _____ и пол _____
4. Что на Ваш взгляд стоит усовершенствовать в работе ресторана?
 - a) Музыкальное сопровождение
 - b) Ассортимент блюд
 - c) Качество обслуживания
5. Хотели бы Вы, чтобы меню ресторана было ориентировано на правильное и здоровое питание?
 - a) Да. Отличная идея
 - b) Можно, для разнообразия
 - c) Нет. Мне оно не нужно

Наша анкета закончена. Большое спасибо за работу, которую Вы проделали! Вы нам очень помогли!

Приятного отдыха!