

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

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав.кафедрой _____

Л.А. Понкротова

" 11 " 11 2019г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе (проекту) студента

Мухомовой Зорины Сергеевны

1. Тема бакалаврской работы

(проекта) Услуги питания в туризме:
особенности развития и инновационности

(утверждено приказом от 14.08.2019 № 211-УК)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 24.06.2020

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

литература по туризму, работы ведущих специалистов в области питания, инновации-ресурсы

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов): использование опыта и работы упр. компаний как основы для инноваций в сфере питания, анализ существующего рынка в России, туризме питания в ресторанной области

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

12 таблиц, 11 рисунков, 15 иллюстраций, приложение А, приложения Б, приложение В

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 11.11.2019

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Исходников Сергей

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Владимирович, доцент, канд. экон. наук

Задание принял к исполнению (дата) 11.11.2019

Зр

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 87 страниц, 12 таблиц, 11 рисунков, более 45 источников, 3 приложения.

ТУРИЗМ, ПИТАНИЯ, РАЗРАБОТКА, ИНДУСТРИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ТУРИСТЫ, ОРГАНИЗАЦИЯ, КЛАССИФИКАЦИЯ, ИННОВАЦИИ, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ.

В данной работе сделана попытка рассмотреть проблемы питания, связав их с туризмом. В этой связи необходимо сделать краткий обзор предприятий, которые обеспечивают туристов питанием; рассмотреть их особенности, условия организации данных предприятий, чтобы выявить причины аттрактивности.

В данной работе рассмотрены теоретические аспекты индустрии питания в туризме, проанализировано состояние сферы общественного питания в городе Благовещенск, а также разработана познавательная экскурсия с целью знакомства с историей фабрики, которая включает в себя посещение основных цехов, а также посещение других объектов, угощение сладким и чаепитие.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Теоретические основы и развитие услуг питания как составной части индустрии туризма	6
1.1 Услуги питания как составляющая туристской индустрии	6
1.2 Организация питания в туризме: история возникновения, виды	10
1.3 Особенности питания иностранных туристов	20
2 Рынок общественного питания в России	27
2.1 Инновации в сфере обслуживания	27
2.2 Аттрактивные предприятия питания: рестораны мира, сравнительная характеристика заведений Дальнего Востока	35
3 Индустрия питания в Амурской области	43
3.1 Современное состояние и проблемы в сфере питания в г. Благовещенске	43
3.2 Разработка нового туристского продукта экскурсионной направленности в г. Благовещенске	51
Заключение	56
Библиографический список	58
Приложение А	64
Приложение Б	70
Приложение В	71

ВВЕДЕНИЕ

Услуги питания являются главной составляющей туристской индустрии и её неотъемлемой частью. Питание можно рассматривать не только как способ аттракции, но и как способ знакомства с традициями страны, в которой прибывают туристы, так как национальная кухня имеет свои особенности и является одним из главных элементов культуры, с которыми туристы также желают познакомиться.

Актуальность темы дипломной работы связана со значительным распространением объекта исследования и заключается в необходимости проведения краткого обзора предприятий питания, рассмотрения их особенностей, чтобы выявить причины аттрактивности этих предприятий.

Объектом исследования являются услуги питания в целом.

Предмет исследования – современное состояние, развитие и основные требования, предъявляемые к туристским предприятиям питания.

Цель данной дипломной работы – рассмотреть организацию, предоставление и развитие услуг питания в туризме, а также разработать новый туристический продукт.

Поставленную цель конкретизируют следующие задачи работы:

- изучить литературу, касающуюся темы исследования, и приобрести недостающие теоретические знания;
- рассмотреть возникновение и развитие ресторанного бизнеса в мире, выявить изменения и инновации;
- рассмотреть развитие ресторанного дела в городе Благовещенск, выявить его проблемные зоны, обработать и проанализировать результаты;
- разработка нового турпродукта гастрономической направленности и его обоснование.

Практическая значимость исследования заключается в разработке нового туристического продукта, который позволит стимулировать развитие

туриндустрии и решить проблему узкой направленности специализации туристов, посещающих регион.

Теоретической основой исследования служили труды отечественных учёных, посвящённых теории туризма и способам организации питания туристов, таких учёных как Артёмов Е.Н., Козлова В.А., Бородин В.В., Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А.

В дипломной работе используется метод анализа литературы, анализ нормативно-правовой базы по теме исследования, сравнение, интервьюирование, теоретический анализ и синтез.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка используемых источников, приложений.

В первой главе раскрываются теоретические основы организации питания, определяется место услуг питания в туристской индустрии. Оснащаются вопросы возникновения и дальнейшего развития. Особое внимание уделено организации питания иностранных туристов.

Вторая глава посвящена выявлению причин аттрактивности предприятий питания. Рассмотрены некоторые изменения и инновации в этой сфере. Приводятся краткие характеристики.

В третьей главе приведён анализ индустрии питания в городе Благовещенск., выявлено современное состояние и проблемные зоны. Проведено анкетирование, по результатам которого разработан туристский продукт, рассчитанный на любителей сладкого.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И РАЗВИТИЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ КАК СОСТАВНОЙ ЧАСТИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

1.1 Услуги питания как составляющая туристской индустрии

В туризме существует несколько главных частей, которые в совокупности образуют систему, поэтому питание туристов также важно, как размещение, трансфер и другие. Услуги питания в составе турпродукта, как правило, бывают двух видов: обязательные, которые входят в тур, и необязательные, которые могут не предоставляться. Но в процессе реализации тура менеджер должен учесть то, что питание является одной из главных потребностей человека. И если данная услуга не предоставляется туристу во время его путешествия, то менеджеру необходимо донести до клиента информацию об предприятиях питания, имеющихся в месте отдыха, или же выделить некоторое количество времени на самостоятельное питание туристов¹.

Из этого мы можем сделать вывод о том, что услуги питания туристам могут предоставляться местом его размещения или предприятиями питания – рестораном, баром, кафе и так далее. Как показывает международная туристская практика, питание обычно входит в состав комплексной гостиничной услуги. Практически во всех гостиницах мира существует специальная услуга для туристов, согласно которой они могут позавтракать в ресторане или буфете, принадлежащей самой гостинице. Но прогресс не остановился только на предоставлении завтраков, сейчас туристы, желая отправиться на отдых, могут выбрать номер с одноразовым, двухразовым или трехразовым питанием. Питание туристов в гостиницах также имеет свои

¹ Приводится по: Предоставление услуг питания в туристской отрасли на примере организации питания в ООО «Туристическая гостиница Донец» [Электронный ресурс] : otherreferats.allbest.ru – Режим доступа : https://otherreferats.allbest.ru/sport/00752617_0.html. – 11.04.2020

виды. В международной практике выделяют следующие специальные «планы» питания².



Рисунок 1 – Существующие планы питания в гостиницах

Рассмотрим подробнее каждый из данных планов. Тариф, по которому турист оплачивает только стоимость размещения, называется «Европейский план». Его отличительная особенность в том, что гостиница не предоставляет никаких услуг питания. Туристам выделено время для того, чтобы они самостоятельно выбрали предприятие, чтобы покушать. Данный план распространён в крупнейших странах Европы и в современном мире практически не используется.

Когда гостиница предоставляет не только услуги размещения, но и континентальный завтрак, принято считать, что она является гостиницей континентального плана. В международной практике такое размещение по-другому называется «постель + завтрак». Континентальный завтрак, как правило, достаточно лёгкий. В него входит хлебобулочное изделие с какой-либо сладостью, к примеру джем, мёд или просто масло, а также напиток (чаще всего это чай или кофе). Но некоторые страны могут дополнить гостиничный континентальный завтрак особенностями своей кухни.

Гостиницы могут предоставлять не только лёгкий завтрак, но и более полный (английский). Если гостиница предоставляет услуги размещения и английский завтрак, то она имеет тариф «бермудский план». Английский

²Приводится по: Гостиничное дело. Организация и предоставление дополнительных услуг [Электронный ресурс] : dw6.ru – Режим доступа : https://dw6.ru/uslugi_pitaniya.html. – 11.04.2020

завтра обязательно включает в себя кашу (чаще всего овсяную, либо мюсли) или яйцо (это может быть яичница или омлет с какой-либо начинкой). Всё остальное то же, что и в лёгком завтраке, но с добавлением фруктового сока. Важно отметить, что в стоимость услуги входит только полный завтрак без какого-либо другого питания. В настоящее время классический вид бермудского плана не так популярен, широкое распространение получил тип «шведского стола».

В настоящее время туристы могут выбрать гостиницу, которая предлагает, как завтра (по желанию либо лёгкий, либо полный), так и ужин. Данный тип называется «модифицированный американский план». В странах Европы такое размещение принято называть полупансион.

Также существует более полный тип размещения, в котором турист будет оплачивать проживание, завтра по выбору, обед и ужин. Трёхразовое питание в гостиницах принято называть «полный пансион» или «американский план».

Как правило, гостиницы используют определённые «планы» питания в соответствии со спецификой своей деятельности. К примеру, гостиницы, которые расположены на популярных курортах, прибегают к бермудскому и модифицированному американскому планам. Если же гостиница стоит на придорожных путях, нацелена на транзитных туристов или деловых людей, то чаще всего в них используется европейский план. Зачастую гостиницы модифицируют использованные ими планы по разным причинам.

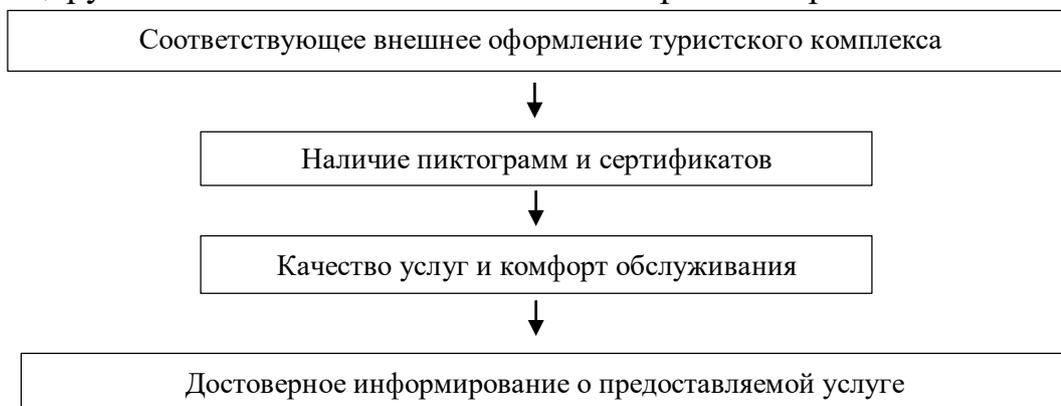


Рисунок 2 – Требования к туристским предприятиям питания

Как и к любой другой системе в туризме, к предприятиям питания предъявляются требования, которые способны контролировать их деятельность и которые описаны в ГОСТе 30383 – 2013 и в ГОСТе 30389 – 95. На Рисунке 2 показан ряд требований, особенных для туристских предприятий питания. Когда турист входит на территорию гостиницы, он должен увидеть соответствующее внешнее оформление. Это достигается путём тщательной уборки, необходимым покрытием (асфальтовым или декоративным). К покрытию также предъявляются некоторые требования. Во-первых, оно должно подчёркивать внешний вид туристского комплекса. Во-вторых, должно препятствовать образованию грязи, луж и трещин³.

Также существуют требования к внутреннему оформлению. Туристский гостиничный комплекс должен быть оборудован системой указаний, которые помогут как иностранным туристам, так и туристам своей страны ориентироваться по гостинице. Помимо этого, в холе, в вестибюле или другом открытом зале на самом видном месте должна быть вывешена копия сертификата, в котором можно увидеть и удостовериться в присвоении гостинице определённой звёздности.

Следующее требование – качество услуг и комфорт обслуживания должны соответствовать установленным гостиницей, или быть максимально приближенными к предполагаемым запросам посетителей. Помимо этого, услуги гостиничного питания:

- 1) должны быть безопасными для потребления, выполнены из свежих и экологических продуктов;
- 2) необходимо предоставлять только в тех условиях, которые описаны в существующих и действующих нормативных документах.

Комфорт достигается путём предоставления услуг, соответствующих звёздности предприятия. В процессе обслуживания сотрудники и персонал

³ Приводится по: Требования к туристским предприятиям питания [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : https://studbooks.net/681608/turizm/trebovaniya_turistskim_predpriyatiyam_pitaniya. – 11.04.2020

должны придерживаться принципа «эргономичности», который соответствует потребностям туристов (в частности гигиеническим и физиологическим).

Из всего выше сказанного можно выделить то, что услуги туристского питания должны отвечать требованиям эстетичности. Это можно выразить в архитектуре туристского комплекса, в гармоничности планировки его помещений, а самое главное в условиях обслуживания (достойный внешний вид всего работающего персонала, качественные знания сервировки стола, правильная подача и оформление блюд). Другим не менее важным критерием предоставления качественной услуги является информирование клиентов, которое должно осуществляться во время и в полном объёме⁴.

1.2 Организация питания в туризме: история возникновения, виды

Питание всегда было и до сих пор остаётся одной из важнейших физиологических потребностей. Но именно индустрия питания сформировалась не так давно. Питание как сфера деятельности возникла, когда его стали предоставлять как услуги другим. В настоящее время учёные находят подтверждающие факты и с уверенностью говорят о том, что услуги питания предлагались около 12000 лет назад, когда племена готовили пищу для большого количества людей.

Различные заведения, в которых можно было отдохнуть и перекусить, появились благодаря путешественникам. Оказавшись в незнакомой стране, им приходилось искать место для ночлега и обеспечивать себя питанием. Так были положены основы для возникновения ресторанного бизнеса. Поэтому мы можем смело сказать, что индустрия питания, как и туристская индустрия начали своё развитие одновременно, что сказывается на их прочной связи. Они неразрывны между собой. Для того, чтобы разобраться в взаимной

⁴ Приводится по: Организация питания в туризме [Электронный ресурс] : studopedia.ru – Режим доступа : https://studopedia.ru/6_83213_organizatsiya-pitaniya-v-turizme.html. – 11.04.2020

зависимости между путешествиями и ресторанным делом, необходимо рассмотреть вопросы их возникновения и развития⁵.

Таблица 1 – Этапы развития индустрии питания в мире

Временной период	Особенность периода	Краткая характеристика
4 век до н.э.	Основными предприятиями являются пункты продажи напитков	В таких заведениях предлагали напитки и минимальное количество еды. Пункты продажи напитков вскоре становятся частью повседневной жизни. Из-за полового неравенства основными посетителями были мужчины. Заведения располагались ближе к местам поклонения богам.
1 век н.э.	Угасание предприятий питания	Трудное время для владельцев гостиниц. Зачастую им приходилось закрывать своё заведение из-за отсутствия посетителей.
9 – 11 век н.э.	Появление первых гостинных дворов	Гостинные дворы строились для защиты посетителей и предоставляли всё необходимое путешественникам. Их называли «винная сделка круглые сутки». В Европе подобное гостеприимство за плату начало развиваться в связи с ростом городов.
16 столетие	Появление новых видов предприятий и услуг	Экспорт начал влиять на западноевропейские обычаи. Основным предметом ввоза стали кофе и чай, в связи с чем появляются новые формы предприятий – кофейни. Право посещать такие места имели только работники умственного труда (учёные, поэты и другие).
XVIII – XIX века	Рост качества и ассортимента услуг	Этот период называют «золотым веком путешествий». Активный спрос на гостиничные услуги способствовал повышению качества обслуживания.

Как видно из Таблицы 1, развитие индустрии питания можно поделить на пять основных этапов. Мы уже отмечали, когда, по мнению учёных, произошло возникновение питания как сферы деятельности. Первыми соответствующими пунктами являлись места, в которых продавались различные напитки. Со временем ассортимент расширялся, и своей популярности тогдашние пункты питания достигли в период расцвета Римской империи. В мусульманских странах начинают предлагать место для ночлега с услугой питания. Такие места назывались караван-сарай, его

⁵Приводится по: История ресторанного бизнеса как части индустрии туризма [Электронный ресурс] : knowledge.allbest.ru – Режим доступа : https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0b65625a2bd78a4d43b88421206d36_0.html. – 11.04.2020

основной вид деятельности – проживание и предоставление путникам трёхразового питания. Особенностью караван-сарая было то, что бесплатно для посетителя, но за счёт государственной казны, туристы могли питаться в течении трёх дней. По истечению этого срока у туриста был выбор: оплачивать предоставляемые ему услуги самому или отправиться в другое место. Расцвет предприятий питания приходится на время Олимпийских игр в Древней Греции. Для того, чтобы увидеть игры своими глазами, люди массово прибывали в страну, что привело к созданию первых таверн. Владельцы таких заведений могли предложить напитки и некоторые блюда, количество и разнообразие которых уже тогда удивляло. К 50-м годам до н.э. таверны становятся одним из самых главных элементов жизни. Главной особенностью таверн было то, что обедать в таком месте могли только мужчины. В качестве работников нанимали молодых девушек, в обязанности которых входило развлечение гостей танцами и песнями. Таверны строили, как правило, недалеко от холмов. Основной причиной является то, что в тот период часто проводились жертвоприношения, участники которого после завершения обряда могли стать гостями заведения⁶.

С развитием индустрии туризма тогдашние предприятия питания становились популярными. Их посещали не только туристы, но и местные жители, которые считались богатыми гражданами. Предприятий питания становилось больше, менялись и улучшались предлагаемые ими услуги. Это привело к тому, что потребности путешественников к обслуживанию и оказанию услуг стали также расти. Богатые и благоустроенные пункты питания начали приглашать на работу элитных поваров, а в некоторых странах стали открываться школы для обучения кулинарному искусству.

Следующий этап развития услуг питания – это период смутного времени. Это времена медленного падения ресторанного дела, когда заведения теряли свою клиентуру. В эпоху постоянных вражеских набегов и

⁶ Приводится по: История ресторанного бизнеса [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : https://studbooks.net/743463/turizm/istoriya_restorannogo_biznesa. – 11.04.2020

разграблений территорий владельцы закрывали свои предприятия питания, и люди были вынуждены питаться тем, что они успели заготовить. Спустя только четыре столетия, когда наступило время Средневековья, индустрия питания начала вновь возрождаться.

Так в 9 – 11 веках появляются новые заведения, которые могут предложить своим посетителям все необходимое. Такие пункты стали называть «гостиные дворы». Время шло, росло количество городов, что привело к появлению в Европе первых платных заведений. Поначалу это были круглосуточные таверны, торгующие алкоголем. Так в процессе своего развития предприятия питания превращались в подобные нынешним.

16 столетие – это период развития международной торговли, когда в страны начала проникать культура западной Европы. Главными предметами экспорта были чай и кофе. Новинки пришлись людям по вкусу и достаточно скоро добились своей популярности. Так появилась идея для открытия нового вида заведения – кофейни. Первая кофейня появилась на улицах Константинополя в 1554 году. Это было место встречи интеллигенции, работников умственного труда таких, как философы, учёные, писатели и поэты, художники. Но уже к концу века кофейни становятся так популярны, что получают широкое распространение по всей Европе. Их стали открывать не только в крупных городах, но и вдоль дорог. С этого времени предприятия питания становятся местом отдыха, куда можно было отправиться поесть, назначить встречу и просто хорошо провести время.

Спрос на услуги гостеприимства значительно повысился в XVIII – начале XIX веках. Внимания заслуживает Америка. В стране шло активное строительство дорог, и уже во второй половине 18 века были запущены первые повозки. Так стали открываться придорожные гостиницы и другие средства размещения, которые предоставляли не только места для отдыха и ночлег, но и питание. Именно с этого времени начинается развитие американской индустрии. Также именно в Америке в массовой печати вышла кулинарная

книга – переизданное издание американской писательницы Элизы Смит «Полная книга домохозяйки»⁷.

Что касается нашей страны, то в России ресторанное дело также имеет большую историю. Первые упоминания об услугах питания появляются в различных произведениях Древней Руси, в которых говорится о пирах, богато уставленными разными блюдами и напитками. Такие пиршества устраивали в основном по двум причинам: в честь одержания победы или в честь приёма иностранных граждан, когда князья всячески пытались удивить своих гостей. Помимо этого, русский народ мог организовать весёлые попойки в честь окончания какого-либо дела, на которое он мог потратить большое количество времени, или по поводу семейного события. Развитие ресторанного бизнеса в России выглядит следующим образом.

Таблица 2 – Этапы и особенности развития индустрии питания в России

Тип заведения	Временной период	Характеристика
Корчмы	Древняя Русь	Место, в котором предлагали как еду, так и напитки. Такое заведение имело и другую функцию – здесь проходили собрания и публиковались важные новости. Владельцы имели хороший доход от предприятия и платили налоги. Князья понимали, что таким образом можно значительно пополнить казну, и стремились увеличить производство охмеляющих напитков. Все семьи могли, по желанию гостя, предоставить напитки собственного производства (пиво, медовуха, брага). Мёд и хмельные напитки, приготовленные из него, также стали предметом торговли.
Кабак	XIV век	Основателем ресторанного бизнеса является Иван IV Грозный. Он запретил продажу алкоголя, желая тем самым снизить уровень пьянства. В тоже время он открыл место, в котором отдыхал от постоянных волнений и гнева, употребляя большое количество спиртного. Такое заведение называли кабаком. Продажа хмельного приносила хорошую прибыль и обогащала государственную казну. В связи с чем царь выпустил указ, по которому населению запрещалось продавать собственные хмельные напитки. Отныне эту функцию выполняли только государевы кабаки. На роль продавца в такие заведения выдвигался человек, который по мнению местного населения считался достойным и уважаемым человеком.

⁷ Приводится по: История ресторанного бизнеса [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : https://studbooks.net/743463/turizm/istoriya_restorannogo_biznesa. – 11.04.2020

Тип заведения	Временной период	Характеристика
Трактир	XVIII век	Со временем кабаки стали пользоваться дурной славой и теперь носят название «питейного места». К тому же появляются не только царские кабаки, но и частные. На их смену приходят трактиры – заведения, в которых помимо напитков предлагали горячие блюда, холодные закуски, безалкогольные напитки и выпечку. Таким образом трактиры преследуют другую цель – обеспечить людей едой и напитками. В таких заведениях блюда являлись исключительно национальными. Трактиры пользовались популярностью среди населения высокого класса, поэтому их количество было очень малым.
Общественные столовые, частные рестораны, кофейни и др.	Советское время	Ключевой идеей является предоставление питания работающим слоям населения. Компании с большим количеством сотрудников открывали собственные столовые. Общественное питание стало основой советского общества. Дальнейшее развитие приобрели и другие виды предприятий – рестораны, бары, чайные. Услуги питания имели высокую стоимость, но тем не менее население было в них заинтересовано.

Индустрия питания ставит перед собой новые цели. Если раньше основная деятельность предприятий питания заключалась в том, чтобы дешево и быстро накормить большое количество людей, то со временем они стали приносить воспитание населения. Так предприятия питания стали концентрироваться на том, чтобы разнообразить повседневную жизнь людей, дать новую платформу для отдыха. Теперь основная цель деятельности пунктов питания – отвлечь посетителя от его личной жизни, домашних забот и проблем для того, чтобы он снова захотел вернуться. В первую очередь это касалось женщин. Общественность желала того, что бы женщины могли оторваться от своих «домашних» обязанностей и начали участвовать в общей трудовой деятельности. Но тут же стал вопрос качества пищи и обслуживания.

Развитие ресторанного дела в России началось благодаря работе зарубежных стран, где уже имелся наработанный опыт в этой сфере, которого не хватало у нас в стране. Сейчас, также как и раньше, необходимо ответить на три главных вопроса перед тем, как предоставлять услуги питания для туристов: где можно максимально комфортно обслужить, каким образом это лучше сделать и в какое время организовать. Поэтому необходимо учитывать

и другие немало выжные критерии такие, как месторасположение, режим работы и даже количество посетителей, которые может вместить заведение.

Существует классификацию предприятий питания по их типу. Тип предприятия общественного питания – это вид предприятия с характерными особенностями обслуживания, ассортимента реализуемой кулинарной продукции и номенклатуры, предоставляемых потребителям услуг⁸. В соответствии с ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий», утвержденному Постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 года №198 (далее ГОСТ Р 50762-95) установлена следующая классификация типов предприятий общественного питания.

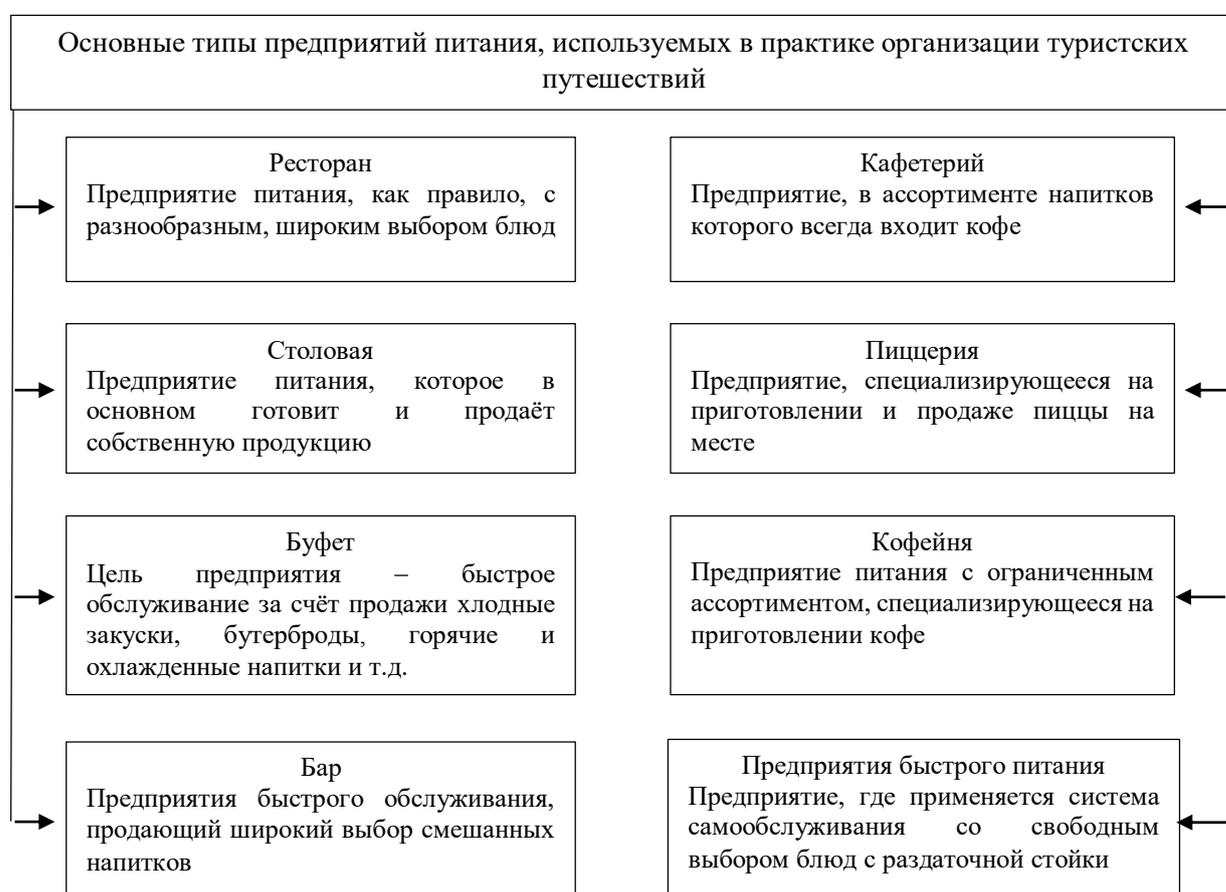


Рисунок 3 – Типы предприятий питания в туристской индустрии

Существует и другая более обобщенная классификация туристских предприятий питания, которая приводится ниже.

⁸ Приводится по: Классификация видов предприятий общественного питания [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : <https://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a86/41983.html>. – 11.04.2020

Таблица 3 – Обобщенная классификация туристских предприятий питания

Название	Состав
По виду собственности	Собственные и арендованные
По месту расположения	В составе туристского гостиничного комплекса; в составе гостиниц; в составе других средств размещения; автономные
По способу обслуживания	Обслуживаемые официантами; самообслуживания; смешанного обслуживания
По классности	"Люкс"; "высший"; "первый"; "вне категории"
По ассортименту	Блюда широкого выбора; комплексные блюда; блюда национальной кухни; экзотические блюда
По режиму обслуживания	Завтрак; полупансион; полный пансион; шведский стол (буфет); специальное питание (диетическое, вегетарианское и т. д.); детское питание

В первом пункте данной главы мы уже говорили о том, что зачастую питание входит в стоимость размещения. Здесь мы рассмотрим международные обозначения тарифов, которые гостиницы предлагают туристам.

Таблица 4 – Варианты организации питания и их международное обозначение

Варианты организации питания	Международное обозначение
Размещение без питания	RO
Размещение + завтрак	BB
Размещение и двухразовое питание (завтрак + обед или завтрак + ужин)	HB (полупансион)
Размещение и трехразовое питание (завтрак + обед + ужин)	FB (полный пансион)
Бесконечно много разных блюд, в почти неограниченные сроки – стоимость данной услуги включена в стоимость тура	All inclusive (AI – все включено)
Предоставление постояльцу четырехразового питания и возможности употребления закусок, включая безалкогольные напитки и алкогольные напитки местного производства в течение светового дня (до 24.00 ч)	Ultra all inclusive (UAI – ультра все включено)
Предоставление постояльцу четырехразового питания и возможности употребления закусок, включая безалкогольные напитки и алкогольные напитки в течение светового дня (до 24.00 ч)	Extra all inclusive (EAI – экстра все включено)

В зависимости от различных факторов на предприятиях питания используют различные виды сервиса. Назовем самые распространенные из них:

– французский сервис. Такой вид обслуживания используют предприятия питания с высокой кухней, чтобы подчеркнуть статусность и дороговизну своего заведения. Другой особенностью является то, что

французский сервис обеспечивает потребителю постоянный контакт с персоналом. Для оказания качественного обслуживания требуется большое количество персонала. В связи с чем высокая трудоёмкость будет являться главным недостатком;

– английский сервис. По-другому можно назвать «обслуживание с приставного столика». Такой сервис также является достаточно сложным так, как официантам необходимо не только знать правила сервировки стола, но и уметь правильно организовать подачу блюд. Также официанты должны быть обучены навыкам повара, потому что некоторые блюда необходимо довести до готовности в зале перед гостем. Если же посетитель заказывает сложные или дорогие блюда, для их презентации в зал выходит шеф-повар. К преимуществам данного сервиса также относится зрительный контакт, главный недостаток – большие затраты времени на обслуживание;

– американский сервис. Самый распространённый в настоящее время тип обслуживания. Его суть в том, что повара готовят пищу и раскладывают её по тарелкам не покидая кухню. После этого официанты разбирают заказы и разносят их по гостям. Американский тип имеет множество положительных сторон – простоту и оперативность в обслуживании, можно задействовать небольшое количество обслуживающего персонала. Главными недостатками будет являться соответственно слабый контакт посетителя с персоналом и уже установленные заведением объёмы порций;

– немецкий сервис. Его особенность в том, что гость обслуживает себя сам, когда кухня сервирует большое блюдо, а официант ставит его на такое расстояние, чтобы гость мог дотянуться. Несомненное преимущество данного сервиса – гость сам определяет такой объём пищи, который может употребить. Помимо этого, немецкий сервис обеспечивает низкую трудоёмкость. Недостаток – большое количество посуды, которую необходимо использовать так, как каждое блюдо подаётся отдельно⁹;

⁹ Приводится по: Виды сервиса [Электронный ресурс] : uchebnikirus.com – Режим доступа : http://uchebnikirus.com/turizm/restoranna_sprava_-_malska_mp/vidi_servisu.htm. – 11.04.2020

– русский сервис. Суть такого типа обслуживания в том, что блюда выкладывают и оформляют на сервировочной посуде. При подаче официант на глазах посетителя разделяет блюдо на порции (если это необходимо), а уже сам посетитель перекладывает эти порции к себе на тарелки. Среди положительных сторон русского сервиса можно выделить то, что гость самостоятельно выбирает объём блюда.

Помимо имеющейся классификации видов сервиса, существует также деление карт меню на виды, связанных с формой обслуживания:

1) "А ля карт" – распространённый вариант меню. Суть в том, что у каждого блюда в списке имеется своя отдельная цена. "А ля карт", как правило, используют дорогие пригостиничные рестораны с французским сервисом обслуживания. Также среди отличительных черт можно выделить то, что гость свободно выбирает блюда из меню.

2) "Табльдот" – меню, противоположное системе «а ля карт», то есть блюда в списке предлагаются по единой цене. Цена является комплексной, турист оплачивает всё от закуски до десерта. Такой тип означает, что у гостя нет права выбора более дешёвого или дорогого блюда. Единственный выбор, который ему предлагается, разный набор блюд по разной комплексной цене.

3) "Шведский стол" – наиболее узнаваемый тип меню. Его суть заключается в том, блюда выставляют на общий стол, от куда гость свободно выбирает интересующее. Система "шведский стол" также предполагает самообслуживание.

4) "Сухой паёк" (пикник) – это замена пропущенного гостем времени питания, причинами пропуска которого могут быть самыми разными. Но для того, чтоб получить компенсацию, гостю необходимо заранее уведомить об этом руководство гостиницы.

5) "Холодный ужин" схож с принципом действия систем «сухой паёк». Суть в том, что по некоторым причинам турист может опоздать на плановый ужин. Поэтому гостиница предоставляет компенсацию, организовывая для гостя стол, сервированный всеми блюда, которые

предлагались на плановом ужине, кроме горячих. Это также происходит по предварительному заказу.

Таким образом, к обслуживанию посетителей необходимо подходить с каждой его стороны. Гость останется с позитивными эмоциями только, когда еда вкусная, подаётся вовремя, а обслуживание осуществляется вежливым официантом, знающим своё дело. В этом случае можно говорить об успешной организации питания туристов¹⁰.

1.3 Особенности питания иностранных туристов

Индустрия питания охватывает не только местных жителей и туристов из своей страны, но и интересы иностранных туристов, в связи с чем необходимо учитывать некоторые национальные особенности страны, из которой они прибыли. К оказанию услуг иностранным туристам нужно подходить с серьёзностью так, как они составляют примерно 25 – 30% общей стоимости путёвки. Питание таких туристов организовывается предприятиям питания, которые могут функционировать как в туристском гостиничном комплексе, так и самостоятельно. Как правило, это рестораны классов «люкс», «высший» и «первый». Турфирмы заключают соответствующие соглашения с предприятиями ресторанного хозяйства и заранее подают месячные или декадные графики пребывания иностранных туристов с указанием класса обслуживания и национальности туристов, а не позднее чем за сутки – заказы на обслуживание каждой группы туристов¹¹.

Организация питания иностранных туристов имеет свои особенности. Каждая страна мира имеет свою культуру питания, которая связана с различными признаками (это может быть география или история страны, народные традиции вероисповедания и другое). В случае обслуживания иностранных туристов необходимо учитывать из какой страны они прибыли,

¹⁰ Приводится по: Технология и организация питания туристов. Вид питания [Электронный ресурс] : all4sew.ru – Режим доступа : <https://all4sew.ru/sales-techniques/tehnologiya-i-organizaciya-pitaniya-turistov-vidy-pitaniya/>. – 11.04.2020

¹¹ Приводится по: Организация питания иностранных туристов [Электронный ресурс] : revolution.allbest.ru – Режим доступа : https://revolution.allbest.ru/sport/00419683_0.html#text. – 12.04.2020

их обычаи, вкусы и привычки в еде. Некоторые особенности организации питания туристов из различных стран представлены в Приложении А.

После того, как рестораны получают списки туристов, которые они будут обслуживать, наступает этап формирования меню с учётом традиций питания гостей. Считается, что самый оптимальный вариант обслуживания – меню, которое содержит национальные блюда как минимум трёх стран: национальную кухню гостя, европейскую кухню и кухню страны, в которую прибыл гость. Но на практике, как правило, шеф-повар включает в меню пять – шесть позиций с фирменными блюдами и одним блюдом на заказ. Также необходимо разработать диетическое и вегетарианское меню, которые, по желанию туристов, заменят плановое. На список прибывающих туристов необходимо обратить особое внимание так, как в составе групп могут оказаться дети от двух до двенадцати лет. В этом случае разрабатывается меню, стоимость блюд которых составляет 50% от стоимости питания соответствующего класса обслуживания.

Проживание в гостинице имеет свою специфику в предоставлении услуг питания. Ресторанный сервис в гостинице, который оказывается туристам, начинается с завтрака. Это самый важный элемент, от которого зависит дальнейшее отношение гостя к гостинице. В связи с чем к организации завтраков необходимо уделить достойное внимание. Чаще всего данное услуга входит в стоимость проживания, поэтому существует много вариантов завтрака, выбор которых приходится на самого посетителя¹².

Таблица 5 – Виды завтраков, предлагаемых иностранным туристам

Время	Название	Описание
6.00:7.30	Утренний чай	Предлагается гостям из Великобритании и континентальной Европы. Подается в номер и состоит из одной порции холодного молока или чая со сливками, нескольких кексов и печенья.
6.30:10.0	Простой завтрак	Предлагается гостям из Франции и стран Средиземноморья, США. Состоит из одной чашки любого безалкогольного напитка перед завтраком, одной рулета или бублика (во Франции и Италии – круассан).

¹² Приводится по: Как правильно организовывать питание иностранных туристов [Электронный ресурс] : tourfaq.net – Режим доступа : <http://tourfaq.net/travel-business/kak-pravilno-organizovat-pitanie-inostrannyx-turistov/>. – 12.04.2020

Время	Название	Описание
6.30:10.0	Сложный завтрак	Классический набор продуктов для завтрака. Состоит из любого напитка по желанию гостя, масла, джема или меда, печенья.
6.30:10.0	Дополнительный завтрак	Классический завтрак с добавлением стакана фруктового или овощного сока, подноса с колбасой или сыром, яичная блюдо, йогурт, овсяные хлопья.
6.30:10.0	Расширенный завтрак	В меню продукты из дополнительного завтрака с добавлением кукурузных хлопьев с молоком. Некоторые блюда готовятся по индивидуальным заказам гостей.
10.00:11.30	Завтрак с шампанским	Организуется при наличии весомай причины (к примеру, день рождения). Состоит из горячего напитка, алкогольного напитка (шампанское, вино), холодных закусок и горячих блюд, десерта.
10.00 и 14.00	Поздний завтрак	Это полноценный завтрак, который способен заменить обед. Состоит из горячих и холодных напитков, выпечки, масла, джема, колбас, сыра, десертов.

Организация питания иностранных туристов, к примеру, в России также имеет свои особенности. Зачастую это касается русских обедов, которые по правилам нашей страны состоят из трёх основных частей: первого блюда (жидкий суп, борщ или же солянка), второе (более плотная еда как правило с гарниром) и третье (любого рода напитки, но чаще всего компот или морс). Такой состав обеда отличается от других стран, в которых отсутствует подача первых блюд.

Обслуживание иностранных туристов должны осуществлять профессиональные официанты так, как им необходимо знать особенности кухонь стран, помогая гостям выбирать блюдо или меню. Помимо этого, обслуживающий персонал должен владеть иностранными языками. Всё это в совокупности приведёт к качественному обслуживанию гостей, а они в свою очередь запомнят то место, где им был оказан такой приём.

Форма и способ оплаты услуг питания отличаться в зависимости от типа путевки, плана обслуживания, способа организации услуг питания и правил, принятых в самом ресторане¹³.

Обслуживание иностранных туристов, путешествующих группами или индивидуально, имеет следующую специфику:

¹³ Приводится по: Как правильно организовывать питание иностранных туристов [Электронный ресурс] : tourfaq.net – Режим доступа : <http://tourfaq.net/travel-business/kak-pravilno-organizovat-pitanie-inostrannyx-turistov/>. – 12.04.2020

– организация питания групп иностранных туристов осуществляется в отдельных залах или специально выделенными столами в общем зале ресторанный заведения;

– на один из столов в зале, предназначенном для питания групп иностранных туристов, или на столиках в общем зале ставятся на подставке национальные флажки страны, из которой прибыли туристы;

– время на потребление пищи весьма ограничено так, как туристы, путешествующие группами, имеют насыщенную экскурсионную программу;

– так же четко определены часы приема пищи;

– стоимость питания также зачастую входит в стоимость путевки;

– для групп иностранных туристов обычно предполагается трехразовое питание: завтрак, обед, ужин;

– для всех туристов подается завтрак, обед или ужин определенной стоимости, меню которых заранее известно и ежедневно меняется;

– расчет за услуги питания при обслуживании групп туристов, как правило, ведется между туристической фирмой и ресторанным заведением. Туристы и сами могут оплачивать питание, а также покупать дополнительно блюда и напитки за свой счет¹⁴.

Услуги питания для иностранных туристов, в отличие от внутренних, чаще всего входят в стоимость путёвки. Это необходимо для того, чтобы оставить у гостя приятные воспоминания об отдыхе, и, возможно, он снова захочет посетить это место. Иностранные туристы также делятся на тех, кто совершает поездки индивидуально и в составе группы. Соло-туристов турфирмы обеспечивают специальными туристскими книжками, куда входят талоны на питание. Каждый турист имеет свою индивидуальную книжку, которая отличается от другим цветом, надписями, классом обслуживания или языком, на котором она написана. У туристов, путешествующих в составе

¹⁴ Приводится по: Организация питания иностранных групп туристов и индивидуалов в ресторанах и кафе [Электронный ресурс] : vikiidalka.ru– Режим доступа : <https://vikiidalka.ru/1-116708.html>. – 12.04.2020

группы, отсутствуют туристические книжки. В таком случае услуги питания предоставляются по специальному заказу, в котором турфирма информирует предприятие питания о составе группы.



Рисунок 4 – Процесс организации питания у иностранных туристов

Эти данные необходимы для того, чтобы определиться с количеством столов или залов, где будут обслуживать иностранных туристов. Также обязательный элемент на столах – национальные флажки. Помимо этого, данные помогут выделить туристов, которые имеют разные классы обслуживания. Их рассаживают за отдельными столами¹⁵.

Как видно из Рисунка 4 агентству необходимо предоставить заявки для организации питания туристов. Их структура выглядит следующим образом:

¹⁵ Приводится по: Организация питания иностранных туристов [Электронный ресурс] : studfile.net – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/5562311/>. – 12.04.2020

- 1) Указывается класс обслуживания.
- 2) Количество туристов.
- 3) Национальность.
- 4) Дата прибытия.
- 5) Количество дней, в течение которых туристы будут питаться.
- 6) Наименование первого приема пищи (завтрак, обед, ужин)¹⁶.

Организация питания у туристов происходит следующим образом. Сначала сопровождающему группы необходимо определиться с меню, в котором можно выбрать количество приёмов пищи и его разнообразие. Также следует указать, каким образом путешествует турист: в составе группы или соло. Это позволит определиться с количеством обслуживающего персонала – 8-10 человек на одного официанта для индивидуальных туристов и 10-12 для группы. Что касается подготовки зала и сервировки столов, то официанты меньше чем за пол часа до прихода гостей начинают свою работу. На стол заранее должны обязательно выставить воду, какое-либо хлебобулочное изделие, холодные закуски, сладкие закуски или блюда. После прихода гостей на специальных подъездных столиках или тележках выносят первые блюда, которые разлиты в специальную посуду (чаще всего супницы). Время обслуживания туристов также имеет значение: для завтрака и ужина оно не должно превышать 30 минут, а для обеда – 40 минут¹⁷.

Немало требований предъявляют и обслуживающему персоналу, который работает с иностранными туристами. В первую очередь официанты и метрдотели должны владеть иностранными языками в том объёме, который поможет им исполнять свои обязанности в полной мере. Необходимо помнить, что официант не только принимает заказ, но и помогает гостям в выборе блюд, рассказывает о ингредиентах, отвечает на различные вопросы, производит расчёт. Всё это он должен также профессионально исполнять и с гостями из

¹⁶ Приводится по: Организация питания иностранных туристов [Электронный ресурс] : studfile.net – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/5562311/>. – 12.04.2020

¹⁷ Приводится по: Специальные формы обслуживания [Электронный ресурс] : vk.com – Режим доступа : <https://vk.com/notes120420134>. – 12.04.2020

других стран. Приветствуется владение трёх языков – немецкого, английского и французского. Туристы, путешествующие индивидуально, имеют возможность заказать завтрак, обед или ужин с доставкой в номер. Это дополнительная услуга, по которой 10% от итогового счёта пойдёт в стоимость проживания¹⁸.

Правильно организовать процесс питания иностранных туристов достаточно сложно, необходимо учитывать множество национальных особенностей гостей. Как правило, туристы отправляются путешествовать в другую страну, чтобы получить новые впечатления. Поэтому питание должно быть организовано таким образом, чтобы оно оказалось одним из важных факторов, способных дать туристу новые впечатления от поездки.

Таким образом, данная глава посвящена теоретическим вопросам о питании как составной части индустрии туризма. Рассмотрена история развития общественного питания в России и за рубежом, его различная классификация, основные требования к организации питания у иностранных туристов и ее этапы. Общий вывод заключается в том, что питание – это одно из основных технологий, которые входят в туристскую индустрию и в обслуживание туристов. Туристские фирмы могут иметь как собственные пункты питания, так и по праву аренды. Стоит также отметить, что большинство туристских предприятий питания встроены в гостиничный комплекс. Реже встречаются предприятия, работающие автономно. На практике такое предприятие питания является частью большого комплекса – общественным питанием.

¹⁸ Приводится по: Организация питания иностранных туристов [Электронный ресурс] : studfile.net – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/5562311/>. – 12.04.2020

2 РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

2.1 Инновации в сфере обслуживания

Инновации – один из лучших способов повысить конкурентоспособность предприятия. В условиях рынка, где между собой соперничают множество однотипных заведений, необходимо меняться, придумывать что-то новое, чтобы вызвать и сохранить интерес у потребителей к себе. По этим причинам сфера экономики является самой перспективной для проведения инновационной деятельности. Чтобы выжить, предприятиям необходимо производить продукцию, которая будет конкурентоспособной и которая будет отличаться степенью новизны. И, конечно, это не обходит стороной и сферу общественного питания. Заведения, которые не боятся рисковать и применяют новые эффективные инновации, получают огромное преимущество перед конкурентами.

Зарубежные и отечественные специалисты предлагают различные системы классификаторов инноваций. Широко известны труды таких зарубежных авторов в области экономики, как И. Ансофф, Й. Шумпетер и П. Друкер. В отечественной литературе можно рассматривать инновационные классификации, предложенные В. В. Горшковым и Е. А. Кретовой, А. Н. Цветковым, А. И. Пригожиным, П. Н. Завлиным и А. В. Васильевым, Э. А. Уткиным, Г. И. Морозовой и Н. И. Морозовой и другие¹⁹.

Больше всего инновационных разработок приходится на индустрию питания по причинам появления большего количества предприятий, роста продукции питания и её качественных изменений. Понятие «инновация» обозначает новый метод работы предприятия, новый подход к ведению бизнеса, формирование нового стиля мышления, что является условием

¹⁹Приводится по: Инновации в сфере услуг общественного питания [Электронный ресурс] : nomnoms.info – Режим доступа : <https://nomnoms.info/innovatsii-v-sfere-uslug-obschestvennogo-pitaniya/>. – 14.04.2020

высокой конкурентоспособности предприятий отрасли общественного питания²⁰.



Рисунок 5 – Основные направления развития инноваций в общепите
 Движущие силы отрасли имеют отрицательное и положительное значение.

Таблица 6 – Положительные и отрицательные стороны инноваций

Положительные значения	Увеличение темпов роста пищевой промышленности, внедрение технологий и инноваций в производственные процессы
	Повышение количества покупателей, снижение рисков в бизнесе

²⁰ Приводится по: Инновации в сфере услуг общественного питания [Электронный ресурс] : moyuniver.net – Режим доступа : <http://moyuniver.net/innovacii-v-sfere-uslug-obshhestvennogo-pitaniya/>. – 14.04.2020

Отрицательные значения	Колебания цен производимой продукции
	Отраслевые изменения в соответствии с законодательством и правилами
	Появление крупных монополий, вытесняющих более мелкие предприятия

Самая распространённая причина, по которой многие предприятия питания приходят в упадок, это отрицательная оценка привлекательности заведения. Поменять мнение потребителей в положительную сторону можно при помощи изменений (в технологии производства, в ассортименте выпускаемой продукции, в составе блюд).

Развития ресторанного дела зачастую сталкивается с проблемой оригинальности. В настоящее время для стабильности посещений и привлечения внимания новых потребителей, рестораны широко используют информационные технологии, новые способы управления персоналом, а также инновации в сфере обслуживания и рекламы. В частности, широкое распространение среди заведений получил интернет.

В современном мире интернет и новые технологии прочно входят в жизнь даже самых обычных клиентов. Предприятия ресторанного бизнеса применяют следующие интернет-услуги:

- бронирование столиков онлайн;
- размещение специальных предложений;
- размещение визуализации меню с фото или видео, что позволяет потребителям сократить время выбора, и облегчают его выбор.

К разработке сайтов ресторана необходимо подходить всесторонне, уделяя достаточное внимание каждому его компоненту, особенно дизайну. Дизайн, как и достоверная информация, играет на том, чтобы привлечь потенциального посетителя. Также сайт должен корректно отображаться на любом смарт-устройстве, будь то компьютер или ноутбук²¹.

Основные особенности создания сайтов:

²¹ Приводится по: Инновационные технологии основа конкурентоспособности предприятий общественного питания [Электронный ресурс] : moluch.ru – Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/115/30963/>. – 14.04.2020

- 1) разработка сайта должна происходить таким образом, чтобы в результате он мог размещаться на экранах любого носителя;
- 2) добавление пункта «оформление и заказ блюд онлайн», что позволит отойти от традиционного варианта и делать заказы, не входя из дома;
- 3) обязательное добавление вкладки «Отзывы» так, как потребителю свойственно изучить множество информации о предприятиях прежде, чем решиться туда отправиться;
- 4) создание галереи фото и видео файлов о ресторане, чтоб потребитель мог увидеть интерьер, дизайн заведения, почувствовать его атмосферу;
- 5) сайт должен быть интересным, креативным и привлекательным так, как его основная цель – рост посещаемости ресторана.

Предприятия питания существуют пока их деятельность приносит прибыль, а она в свою очередь зависит от степени удовлетворённости посетителей. Поэтому важно помнить, что предприятия питания предлагают не только вкусные обеды, но и сервисное обслуживание, которое начинается со встречи, приветствия гостя в дверях ресторана и заканчивается продажей услуги. Качественное сервисное обслуживание оставляет у гостя благоприятные впечатления и желание вернуться снова. Сервис в том числе касается процесса производства.

В связи с чем начало двадцать первого века в Российском общественном питании характеризуется всплеском новых направлений в кулинарии²². Рассмотрим некоторые из них: инновации в обработки пищевых продуктов, инновации в кулинарии, искусство украшения блюд.

Способы обработки пищевых продуктов вышли на новый уровень. На сегодняшний день применяется технология *Sous Vide*, означающая приготовление без воздуха. *Sous Vide* это не только приготовление продуктов

²² Приводится по: Инновационные технологии. Организация общественного питания [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/category/innovatsionny-e-tehnologii>. – 14.04.2020

в вакууме. Сначала при низких температурах происходит их обработка, затем быстрое охлаждение, что приводит к высокой степени восстановления продуктов. Преимуществом данной технологии является получение продуктов с высоким качеством так, как без использования тёплой обработки увеличивается срок хранения²³.

Таблица 7 – Основные этапы работы технологии Sous Vide

Этап	Название	Характеристика
Первичный	Подготовка сырья	Продукты должны быть очищены и отсортированы. Некоторые мясные продукты следует немного обжарить перед упаковкой. Вакуум сохраняют более сильный вкус с минимальным использованием специй
Вторичный	Вакуумная упаковка	Продукты, пройденные первый тап, помещают в пластиковый пакет для дальнейшей работы. Затем этот пакет помещают в машину вакуумной упаковки. Машина избавится от воздуха и закроет пакет.
Основной	Приготовление в вакууме	Продукт в вакуумной упаковке будет нагреваться заданной температуре и времени. В машине установлена низкая температура – между 65°C и 100°C в зависимости от типа продукта. Уменьшая температуру, увеличивается процесс приготовления. Контроль за приготовлением можно осуществлять при помощи термощупа, который крепится к продукту, определяя правильный уровень готовности.
Завершающий	Шокковое охлаждение	Шокковое охлаждение происходит в аппаратах скоростного охлаждения (шокофризерах), что останавливает размножение бактерий. Поэтому продукты, приготовленные таким способом, следует хранить при температуре от 0°C до 2°C.

Чем же хороша данная технология:

- 1) продукты лучше сохраняют свой цвет, консистенцию и вкус, в отличии от тепловой обработки;
- 2) мясные продукты данная технология делает более нежными и сочными;
- 3) вакуум сдерживает процессы гниения внутри, защищая от внешних воздействий, благодаря чему не смешиваются запахи во время хранения продуктов;
- 4) позволяет заготовить как можно больше продуктов для дальнейшего приготовления, так появляется больше времени на сервировку блюд;

²³ Приводится по: Технология Sous Vide(су-вид) – инновация в общественном питании [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/tehnologiya-sous-vide-innovatsiya-v-obshhestvennom-pitanii>. – 14.04.2020

5) таким образом можно качественно обслужить большое количество гостей²⁴.

Другой вид инноваций – нововведения в кулинарии. Многие люди знают, каким образом совместить множество отличных друг от друга продуктов и при этом получить идеальный вкус, но мало кто знает, что этот способ называется фудпейрингом (или наукой о сочетании вкусов). Особенностью фудпейринга является то, что он даёт повару возможность, чтобы раскрыть свои способности, создавая кулинарные шедевры. Важно учитывать, что основой для творчества являются исследования учёных, в которых открыто указывается на различные вкусовые сочетания.

Основателем данной идеи является фуд-инженер Бернар Лаусс. Учёный серьёзно увлекался кулинарией и смог разработать технологию, которую используют шеф-повара создавая свои шедевры, сочетая различные кулинарные вкусы. Он со своей командой, проанализировав большое количество продуктов, разработали схемы их совместимости друг с другом по ароматическим компонентам. Отсюда можно сделать вывод, что фудпейринг это в первую очередь анализ продуктов по вкусовым признакам, которые способны сочетаться и дополнять друг друга²⁵.

В ходе своих исследований учёный разработал карту вкусов, которую назвал «Древо фудпейринга». Структура выглядит следующим образом: середина дерева – основное блюдо, от него в разные стороны располагают продукты, которые можно комбинировать с главным блюдом, и которые обязательно делятся на категории. Также необходимо показать на сколько данные компоненты совместимы (чем ближе продукты находятся к центру, тем лучше они сочетаются). Основная задача фудпейринга – визуализация сочетаний продуктов с ароматической точки зрения, которая поможет поварам

²⁴ Приводится по: Технология Sous Vide(су-вид) – инновация в общественном питании [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/tehnologiya-sous-vide-innovatsiya-v-obshhestvennom-pitanii>. – 14.04.2020

²⁵ Приводится по: Инновации в кулинарии. Фудпейринг [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/innovatsii-v-kulinarii-fudpejring>. – 14.04.2020

и барменам в работе. В Приложении Б показан пример того, чем можно украсить готовое блюдо.

Надо заметить, что для фудпейринга необходимо не только желание, самое главное необходимо, профессионализм и ощущение баланса, когда повару надо добавить немного одного продукта, немного другого, в результате чего получилось бы прекрасное блюдо. Фудпейринг – это источник вдохновения, творчества и кулинарных шедевров для профессиональных поваров²⁶.

Гурманов и любителей необычных вкусов может порадовать такое развитие в кулинарии, как фьюжн. Смысл заключается в том, чтобы смешать кулинарные традиции Запада и Востока и, при этом, сохранить настоящие послевкусие продуктов. Такой способ достаточно популярен в зарубежных странах.

Фьюжн кулинария заключается в том, чтобы за весь приём пищи получить необходимое количество витаминов, употребляя мясо, рыбу, овощи, фрукты и злаки. При этом блюдо остаётся полезным, лёгким и сбалансированным, что исключает возможность переедания. Также такая техника предусматривает использование достаточного количества специй, которые украшают блюдо и делают его сытным, даже если съесть небольшую порцию²⁷.

Основные требования к фьюжн кулинарии:

- 1) профессиональные повара, которые в системе обучения изучали и знают фудпейринг;
- 2) повара должны не только знать, как готовить азиатскую и европейскую кухню, но и иметь достойную практику;

²⁶ Приводится по: Инновации в кулинарии. Фудпейринг [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/innovatsii-v-kulinarii-fudpejring>. – 14.04.2020

²⁷Приводится по: Инновационные технологии. Организация общественного питания. Фьюжн кулинария – что это? [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/uncategorized/f-yuzhn-kulinariya-cto-e-to>. – 14.04.2020

3) повар должен в совершенстве владеть умением сочетать продукты;

4) как и всегда при готовке необходимо использовать свежие продукты, высокого качества.

Еще одним новшеством является арт-визаж блюд или по-другому искусство украшать блюда или кулинарный визаж. Главная функция арт-визажа – подать не только великолепно приготовленное блюдо, но и оформить его достойным образом, как отдельное произведение искусства. Такой способ привлекает внимание гостей и пробуждает у них аппетит. Люди быстро привыкают к такому сервису, и шеф-повара вынуждены с каждым разом искать новые идеи. Это приводит к тому, что популярность арт-визажа растёт быстрыми темпами, выделяя его как самостоятельное направление кулинарии. На сегодняшний день в мире уже открыты предприятия питания, которые специализируются на искусстве украшения блюд. Как правило такие места посещают люди, которым важно, чтобы блюдо выглядело красиво, и которые обязательно обратят внимание на подачу. Если предприятие способно удовлетворить такую потребность гостя, то по итогу оно приобретает очередного благодарного клиента²⁸.

С ростом количества пунктов питания, предприятиям порой приходится держаться на рынке, используя различные способы, чтобы выдержать конкуренцию. В первую очередь в этом помогают различные технологии и инновации. Стоит отметить, что повышать уровень своей конкурентоспособности приходится в основном крупным предприятиям питания. Меньше всего инноваций используют заведения, которые расположены на окраинах так, как там нет необходимости в привлечении внимания клиентов и уровень конкуренции минимален.

²⁸ Приводится по: Инновационные технологии – кулинарный визаж [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/uncategorized/innovatsionny-e-tehnologii-kulinary-j-vizazh>. – 14.04.2020

2.2 Аттрактивные предприятия питания: рестораны мира, сравнительная характеристика заведений Дальнего Востока

Сфера питания во все времена своего существования привлекала к себе огромный интерес. Спустя столетия развития индустрии питания её цель остаётся прежней – завлечение потенциального потребителя. В современном мире в условиях большой конкуренции достичь этого становится всё труднее. Но на помощь предприятиям питания приходят новые идеи оформления зала, креативность в подаче блюд, расширение сферы деятельности, предоставление новых услуг или же распространение информации о себе в сети Интернет. Это позволяет заведению быть на слуху и быть востребованным.

Для того, чтобы добиться звания аттрактивного предприятия, владельцы чаще всего прибегают к необычным архитектурным оформлениям своего заведения. Ресторан можно открыть не только в привычной для всех местности – в городской черте, где каждый день имеются толпы народу, но и, к примеру, под водой.

Ресторан «Ithaa» расположен на Мальдивах. Его особенность не только в том, что заведение находится на глубине 5 метров, но ещё и в том, что клиенту могут составить компанию даже хищные рыбы так, как ресторан имеет стеклянный купол. Владельцы полностью придерживаются тематике «море», само название ресторана в переводе означает «жемчужина», а основные блюда – это блюда из морепродуктов.

Открытие ресторана на глубине привело к появлению новых необычных решений. Так недалеко от Северного полюса Финляндии в снегах расположился ресторан «Lainio». Ресторан приглашает к себе настоящих смельчаков так, как весь его интерьер и внутреннее убранство (за исключением только лишь посуды) выполнены из снега. Но, несмотря на это, ресторан не тает, чем и заслуживает огромный интерес туристов.

Вода и земля оказывается не единственным местом, где есть возможность открыть ресторан. Наиболее интересный вариант – воздух или

ресторан, расположенный на огромной секвойе в Новой Зеландии. Для того, чтобы попасть в него, клиенту потребуется забраться по лестницу, выстроенной из пород дерева, на высоту около 10 метров. Вместимость ресторана небольшая – до 18 человек. Но если взять во внимание тот факт, что ресторан является самым деревом, даже это становится чем-то невероятным.

Рестораны всего мира славятся не только своим внешним видом, но и необычным интерьером. Например, тем, кто всегда задавался вопросом о жизни на других планетах, подойдет ресторан «2112» на Таймс-Сквер в Нью-Йорке. Теплое красное освещение и декорации создают иллюзию высадки на Марсе, а название заведения получило от прогноза НАСА, в котором утверждалось, что к 2112 году будут организованы коммерческие полеты на Марс. В Италии открыт ресторан, который считается самым маленьким в мире. В «Solo Per Due» лишь один стол и два стула, а также неповторима атмосфера ресторана так, как ресторан расположен в здании 19 века. Поужинать в этом ресторане может лишь одна пара, поэтому это удовольствие не из дешевых – 325 долларов²⁹.

Критериев, по которым можно оценить привлекательность предприятия питания, достаточно много. Также, как и целей посещения, которые начинаются с желания просто утолить голод и заканчиваются возможностью оказаться на каком-либо мероприятии.

Таблица 8 – Критерии выбора ресторана

Параметр	Характеристика
Публика	Потребителю необходимо, чтобы помимо него еще были посетители, чтобы большинство столов было занято, чтобы в зале было легкое оживление. Отсутствие клиентов в заведении сразу наталкивает на мысль, что оно, не пользуется популярностью.
Интерьер	Потребитель в первую очередь оценивает интерьер, поэтому к оформлению заведения необходимо подходить с умом. Выполнять интерьер нужно согласно статусу заведения.

²⁹ Приводится по: СБОРНИК САМЫХ НЕОБЫЧНЫХ И ТВОРЧЕСКИХ РЕСТОРАНОВ В МИРЕ [Электронный ресурс] : www.liveinternet.ru – Режим доступа : <https://www.liveinternet.ru/users/4289547/post407060581/>. – 18.04.2020

Параметр	Характеристика
Кухня	Любое путешествие дает уникальную возможность исследовать новые вкусы, питаться сезонными продуктами, предпочитать настоящее подделкам.
Цены	Цены не могут быть слишком низкими и не должны быть слишком высокими (это все может сказываться на качестве продуктов или попросту испугать посетителя)
Меню	Красочность, информативность, размер, язык, но котором оно составлено – важный критерий оценки заведения.
Музыка	Здорово иметь возможность выбирать музыкальное сопровождение или вовсе его отсутствие.
Очаг	Если кухня видна, то заведению нечего скрывать. Хороший ресторан имеет открытую кухню.
Вид из окна	Здесь универсального приема нет. Каждый потребитель сам выбирает, что ему больше подходит.
Повар	Многим потребителям важно знать, что повар – мужчина. Женщина-повар будет думать о ребенке, муже, стирке, мужчина же не будет думать вообще ни о чем, все его действия будут рефлексивными, соли он положит в суп ровно столько, сколько необходимо, а мясо прожарит до нужного состояния
Официанты	Они не должны быть слишком молодыми или слишком старыми, слишком суетиться или волочить ноги, быть чересчур разодетыми или совсем в своем, слишком чопорными или, наоборот, запанибрата. Лучший вариант – средних лет мужчины в фартуках, чистых белых рубашках и закрытой обуви.
Местоположение	Хорошие рестораны расположены там, где люди живут.
Время работы	Хороший ресторан всегда закрыт днем, между обедом и ужином, причем перерыв соблюдается свято: повар просто уходит с кухни, а официанты начинают демонстративно разносить счета.
Имя	Здесь также нет универсального приема. Каким-то посетителям важна вывеска, а для каких-то название не имеет значения.

Если рассматривать критерии в общем виде, то можно выделить следующие варианты:

1) материальные или услуги, на которые потребитель в первую очередь обратит внимание так, как они являются значимыми для него (интерьер, атмосфера, качество и другое);

2) нематериальные или услуги, которые также важны при выборе предприятия, но на которые потребителю приходится потратить время (отзывы, достоверность рекламных объявлений и другое);

3) отдельный критерий – время обслуживания;

4) психологические, способные воздействовать на принятие решения вернуться в заведение снова (вежливость, гостеприимство и другое).

Качество предоставляемых услуг оказывают сильное влияние на желание клиента вернуться в заведение вновь. Поэтому целесообразно разработать систему, по которой это заведение смогут оценивать специалисты на профессионализм. В эту систему должны входить критерии, которые возможно измерить, разработать для них единый стандарт, и которые обязательно могли бы подходить под разные классы услуг³⁰.

Таблица 9 – Показатели качества обслуживания

Показатель	Сущность показателя
Комплексность обслуживания	Характеризуется уровнем удовлетворения потребности населения в еде и развлечениях
Качество продукции	Описывает органическую и пищевую ценность продуктов, а также их ассортимент
Качество труда обслуживающего персонала	Характеризуется временем ожидания от начала обслуживания, техникой работы обслуживающего персонала, его культурой поведения, а также соблюдением санитарно-гигиенических норм и правил
Эксплуатационные качества помещений для обслуживания клиентов	Характеризуется соответствием целям предприятия, эстетическим, санитарно-гигиеническим требованиям торговых помещений и их оснащённостью

В данной главе мы проведем сравнительный анализ некоторых ресторанов и их услуг трёх городов Дальнего Востока – Владивостока, Хабаровска и Благовещенска. За объект исследования возьмём предприятия питания, которые являются нетипичными среди похожих заведений, предлагающих одинаковый набор услуг. Это будут рестораны с панорамным видом на город и его окрестности, услуги которых находятся примерно одной ценовой категории. Существование данных ресторанов хорошо известно местному населению, имеются отзывы, что привело к распространению информации о них в туристических справочниках. Рассмотрим официальные описания, которые представлены в справочниках, интерьер, кухню, меню, ценовую политику, услуги, а также отзывы потребителей.

³⁰ Приводится по: Методы оценки качества обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] : refnew.ru – Режим доступа : <http://refnew.ru/aktualenoste-issledovaniya-vipusknoj-kvalifikacionnoj-raboti.html?page=8>. – 18.04.2020

Таблица 10 – Сравнительная характеристика предприятий питания

Название	Тип	Вместительность	Кухня	Меню	Средний чек	Услуги
Michelle, г. Владивосток	Ресторан панорамного вида	Основной зал – 42 места Банкетный зал – 20 мест	Русская, европейская, блюда из морепродуктов	Основное, банкетное, фуршетное, кофейная, чайная и винные карты	2000 рублей на одного человека	Онлайн-бронирование, проводятся любые мероприятия, живая музыка по предварительному заказу, не охраняемая парковка, любые способы оплаты
Oblaka, г. Хабаровск	Ресторан-бар панорамного вида	VIP-зона – 20 человек	Европейская, итальянская, паназиатская, японская, смешанная, блюда из морепродуктов	Основное, винная карта	1500 на одного человека	Летняя терраса, шоу-программы по выходным, караоке, живая музыка, танцпол, бронирование
Джавахк, г. Благовещенск	Ресторан панорамного вида	Один зал на 400 человек	Европейская, Восточноевропейская, армянская	Основное, бизнес-ланчи	1000 – 1500 на одного человека	Летняя веранда, зал для некурящих, кабинки, проводятся любые мероприятия, живая или фоновая музыка, бронирование, любые способы оплаты

Одно из рекомендуемых заведений во Владивостоке – ресторан «Michelle». «Панорамный ресторан Michelle приглашает жителей Владивостока и гостей столицы Приморского края. Только здесь Вы можете насладиться изысканной кухней и полюбоваться красотами города» – такие слова можно встретить в туристских справочниках. В ресторане работают повара, отмеченные международными премиями. Для тех, кто ценит свое время, заведение может предложить бизнес-ланч. Более 10 вариантов деловых обедов с возможностью выбора блюд. Меню включает: салат, суп, горячее,

домашнюю выпечку, напитки. Интерьер заведения достаточно простой, выполнен в теплых оттенках, доминирующие цвета – белый и коричневый. В залах имеется тяжелая, мягкая и изящная мебель, полы устланы коврами. Привлекательность ресторана достигается за счет панорамного остекления, которое открывает удивительный вид на бухту Золотой Рог и Владивосток. Посетителям ресторана нравятся прекрасный вид на город, авторские десерты и напитки, сердечный обслуживающий персонал и небольшое меню, которое постоянно меняется. Из отрицательных отзывов можно выделить то, что клиентам не довольны высокой ценовой политикой, долгим ожиданием заказов, а также многие упоминают про большие порции блюд на маленьких тарелках.

Ресторан-бар «Облака» открылся пару лет назад. Новый ресторан Хабаровска имеет современный дизайн, который придает изюминку и шарм, необычную посуду для подачи, разнообразные и качественно приготовленные блюда, а также в зале работает очень вежливый персонал. Заведение имеет темное освещение, мягкие, большие и светлые диваны с подушками, которые с двух сторон окружают столешницы. Также зоны имеют дополнительное освещение. Зал украшен искусственными растениями, застекленной витринной с декоративной алкогольной продукцией, большими подвесными телевизорами. У ресторана немного отзывов, но из них уже можно сделать вывод, что посетители довольны свежим и интересным интерьером, вежливым персоналом и красивым видом на город. Также можно встретить жалобы на высокие цены и маленький танцпол.

«Вдали от городской суеты мы предлагаем Вам провести незабываемый вечер в окружении внимательного персонала и живой музыки. Изысканное меню включает в себя армянскую и европейскую кухни. Вы по достоинству сможете оценить роскошный интерьер и уют нашего ресторана. Наш ресторан – это идеальное место для проведения как дружеских вечеринок, так и особо торжественных мероприятий самого высокого уровня. А для романтиков на лето открывается летняя терраса с восхитительным видом на город» – так себя

позиционирует панорамный ресторан «Джавахк» в городе Благовещенске. Ресторан находится на высокой точке города, от куда открывается вид на город. Необычное местоположение привлекает внимание как местных жителей, так и гостей города. Внутри ресторана все очень правильно организовано, поэтому в его залах одновременно могут разместиться 400 человек. О результатах своего визита в ресторан люди нередко оставляют отзывы. Большинству посетителей нравятся большой, просторный и светлый зал, красивый вид с веранды, вкусное мясо. Негативные отзывы в основном касаются того, что веранда открытая, и порой там бывает холодно, а также того, что блюда не имеют оформления.

Рынок общественного питания в мире с каждым годом становится разнообразнее и шире, то же касается и России. Мы можем встретить не только разнообразие кухонь, но и различные оформления заведений. Также многие решаются на покупку франшизы какого-либо известного предприятия питания. Но не смотря на то, что российские предприниматели заимствуют идеи зарубежных стран, они в любом случае изменяют специфику своих предприятий под российских потребителей³¹.

Таким образом, данная глава посвящена анализу рынка питания в России. В частности, рассмотрены такие вопросы, как инновации в индустрии питания и аттрактивные предприятия мира и Дальнего востока, проведена сравнительная характеристика некоторых заведений. Итоговый вывод заключается в том, что комплекс общественного питания в России активно развивается и приводит к открытию всё новых видов предприятий питания, разнообразию предоставляемых услуг или к заимствованию каких-либо идей у зарубежных стран. Но на этом этапе предприниматели сталкиваются с законодательством, согласно которому предприятия общественного питания на государственном уровне имеют определённый тип и содержание.

³¹ Приводится по: МОДЕЛЬ СТУДЕНТА КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ [Электронный ресурс] : studfile.net – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/4597083/page:10/>. – 18.04.2020

3 ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Современное состояние и проблемы сферы питания в городе Благовещенске

По информации управления потребительского рынка г. Благовещенска в городе на конец 2019 года насчитывалось 514 заведений общепита с общим числом посадочных мест 17322. На данный момент в заведениях питания насчитывается 75 мест на 1000 жителей, при нормативе почти в два раза меньше³².

Всего в прошлом году в городе открылось 62 новых заведения, а закрылось по разным причинам 59. По данным городского управления по развитию потребительского рынка в Благовещенске число баров и закусочных по сравнению с 2018 году сократилось на два и четыре соответственно. А вот число ресторанов осталось на уровне 2017 года и составляло 20 заведений. Продолжают активно открываться кофейни. В 2019 году открылось восемь новых заведений, и на данный момент их количество составляет 26 заведений. По мнению специалистов, это говорит о том, что потребительский спрос смещается к более бюджетному уровню³³.

В городе наблюдаются некоторые тенденции развития сферы питания. Во-первых, городские рестораторы продолжают использовать франчайзинг и всё чаще прибегают к такому способу ведения бизнеса. Во-вторых, услуги доставки еды постепенно вытесняют традиционные походы горожан в кафе. В-третьих, в городе появился достаточно новый формат – рестораны семейного отдыха (в заведении оборудуют специальные игровые площадки, где дети могут поиграть, пока их родители отдыхают), который продолжает развиваться и приобретает всё большую популярность.

³² Приводится по: Новости 24. Экономика [Электронный ресурс] : amur.kp.ru – Режим доступа : <https://www.amur.kp.ru/online/news/3428363/>. – 20.04.2020

³³ Приводится по: Новости 24. Экономика [Электронный ресурс] : amur.kp.ru – Режим доступа : <https://www.amur.kp.ru/online/news/3428363/>. – 20.04.2020

Как уже было сказано, количество пунктов общепита в городе превышает положенную норму практически в два раза. В связи с чем предприятия сталкиваются с некоторыми проблемами. Прежде всего это проблема поиска поваров различных кухонь мира и официантов. Исходя из количества заведений, в одном месте в среднем количество сотрудников может достигать до 35 человек, а в целом в общественном питании зарегистрировано около 7500 человек.

Открытие всё новых предприятий питания, возможно, объясняется тем, что рестораторы считают, что этот вид бизнеса достаточно выгодный и прибыльный. Но на практике они зачастую сталкиваются с отсутствием посетителей или даже с потерей клиентов, что снижает товарооборот предприятия и, соответственно, прибыль. В официальных источниках мы можем встретить информацию о том, что некоторые предприятия питания, сталкиваясь с проблемой посещения, не могут элементарно выплатить своим сотрудникам положенное вознаграждение. В связи с чем работникам приходится искать новое место работы или даже менять род деятельности.

Ещё одной проблемой является открытие иностранцами своих предприятий питания. В Благовещенске можно встретить предприятия с узбекской, армянской и китайской кухней, владельцами которыми являются выходцы из этих стран. Тем самым они создают рабочие места для граждан своей страны. Также они имеют некоторые привилегии, касаемые освобождений от уплаты налогов, в то время как российские предприниматели выполняют в полном объёме предъявляемые им налоговыми службами требования.

Единственный выход в такой ситуации – вмешательство органов местной власти в работу предприятий общественного питания. Хорошим примером являются действия администрации Хабаровского и Приморского краёв, которые ограничивают количество вновь открываемых предприятий иностранцами, давая возможность российским предпринимателям иметь стабильный доход от своей деятельности. Это также

позитивно отражается на работе самого предприятия: его дальнейшее развитие, своевременная заработная плата не только сотрудникам, но и местным жителям так, как денежный оборот происходит внутри страны³⁴.

Во время написания данной работы, мы задались вопросом «Какое предприятие питания благовещенцы считают лучшим и по каким критериям?». Наиболее подходящим методом изучения интересов широкой аудитории оказался метод анкетирования. С его помощью за кратчайшие сроки можно опросить большое количество людей и, тем самым, выявить какую-то общую закономерность. Основной целью стало: выявить степень удовлетворённости жителей города качеством предоставляемых услуг питания, а также возможные проблемы, с которыми респонденты сталкивались во время посещения предприятий питания.

С этой целью был проведён полностью анонимный опрос среди населения по теме «Какое предприятие питания в городе Благовещенске, по Вашему мнению, является лучшим». Анкета делилась на две основные части: первая – вопросы, направленные на составление портрета, вторая часть непосредственно касалась цели исследования. Участникам анкетирования предлагалось прочитать 14 утверждений, в качестве ответа на которые необходимо было выбрать пункт из списка, и 5 вопросов открытых, где предлагалось оставить свой ответ или пожелание. Опрос был проведён среди граждан совершеннолетнего возраста, со средним и выше уровнем достатка. Так определяется группа потребителей, которые не только заинтересованы в посещении предприятий питания, но и могут себе это позволить в настоящий момент времени. В анкетировании приняли участие как 54 человека (100%), большинство опрошенных – молодые люди в возрасте до 25-30 лет.

В результате анкетирования мы смогли ответить на поставленную цель. Также анализ результатов анкетирования позволил выявить портрет

³⁴ Приводится по: Поиск решения по регулированию конкуренции в сфере общественного питания в г. Благовещенске [Электронный ресурс] : studsell.com – Режим доступа : <https://www.studsell.com/view/117085/?page=5>. – 20.04.2020

потенциального клиента, проблемные зоны и некоторые пожелания для улучшения работы предприятий питания. Основным способом проведения опроса – рассылка в социальных сетях через Интернет.

По правилам оформления анкета имела вступительную часть – обращение к респонденту, где объясняется технология прохождения анкетирования. Помимо этого, в этой части мы приветствуем респондентов, кратко говорим о том, с какой целью проводится опрос, также информируем, что анкета анонимна, а результаты будут обработаны и представлены в обобщённом виде. По завершении вступления мы благодарим опрошенного за потраченное время.

Вопросы с 14 по 19 связаны непосредственно с темой исследования, ответы на них являются решающими и помогают дать ответы на поставленную цель. Распределение ответов на данные вопросы выглядит следующим образом:

1. Какое предприятие общественного питания в городе Благовещенске Вы считаете лучшим?

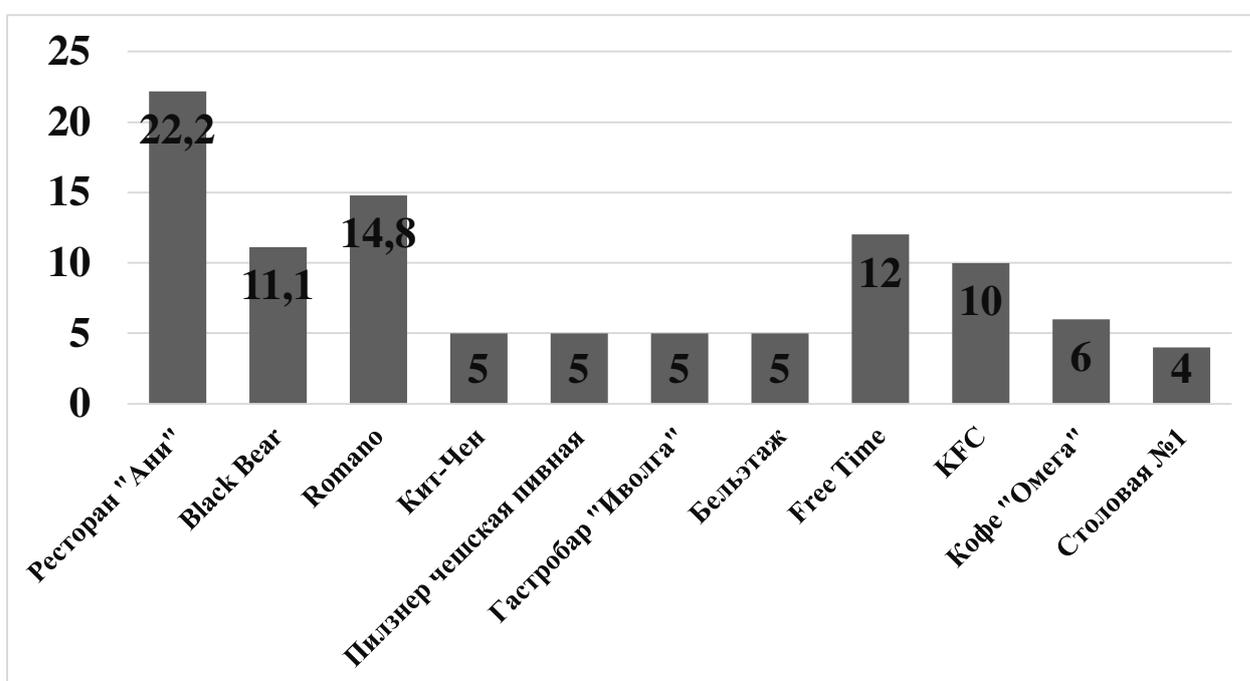


Рисунок 6 – Количество голосов, отданных пунктам питания, %

Как мы можем видеть, большее число ответов распределилось между тремя заведениями: 22,2% опрошенных выбрали пункт «ресторан Ани»; 14,8% – «гастробар Иволга»; 11,1% – «Black bear».

2. По каким критериям оценки данное предприятие общественного питания лучшим?

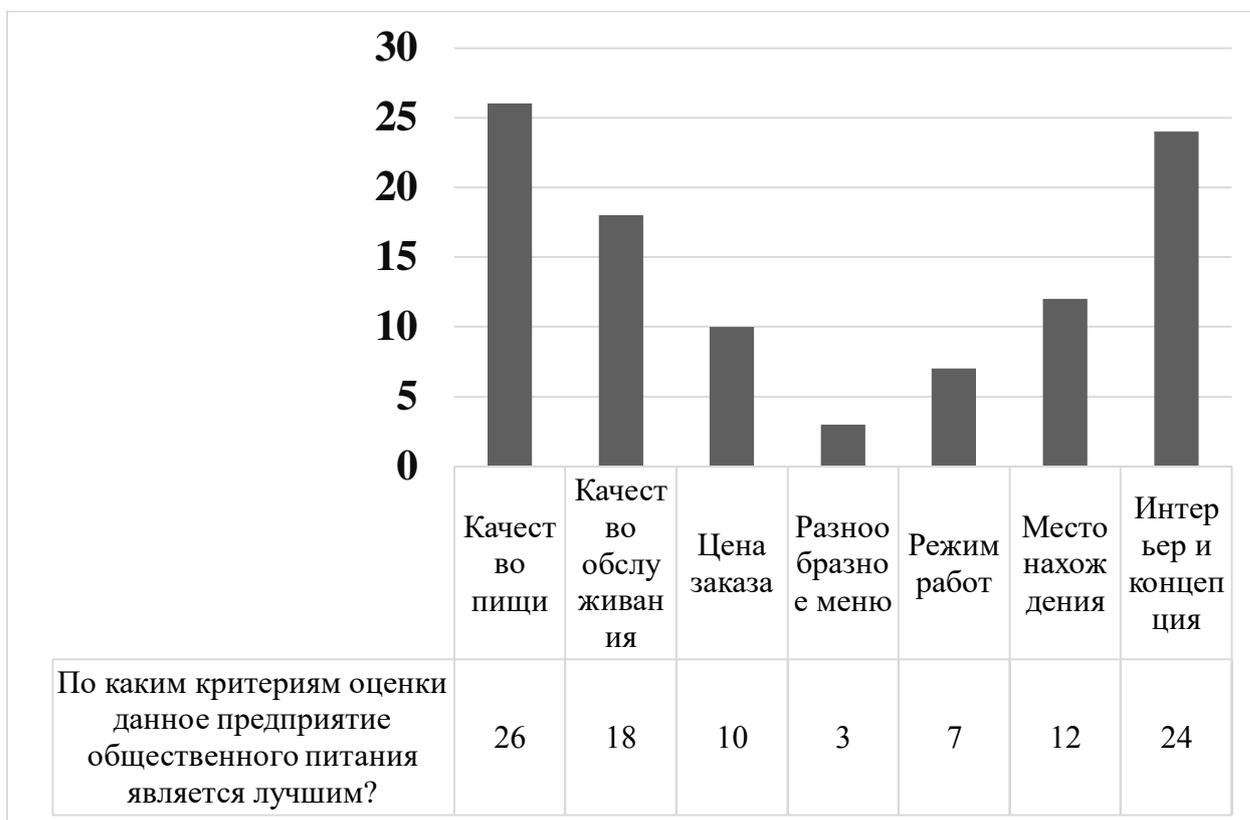


Рисунок 7 – Критерии оценки предприятия, количество голосов в %

Полученные заведения-лидеры являются таковыми благодаря таким критериям, как вкусно приготовленные блюда, качественное обслуживание, красивое оформление зала.

3. Что наиболее предпочтительно для Вас?

40% опрошенных отмечают качество предоставляемых услуг, но помимо этого на выбор заведения влияют такие критерии, как комфорт и ценовая политика.

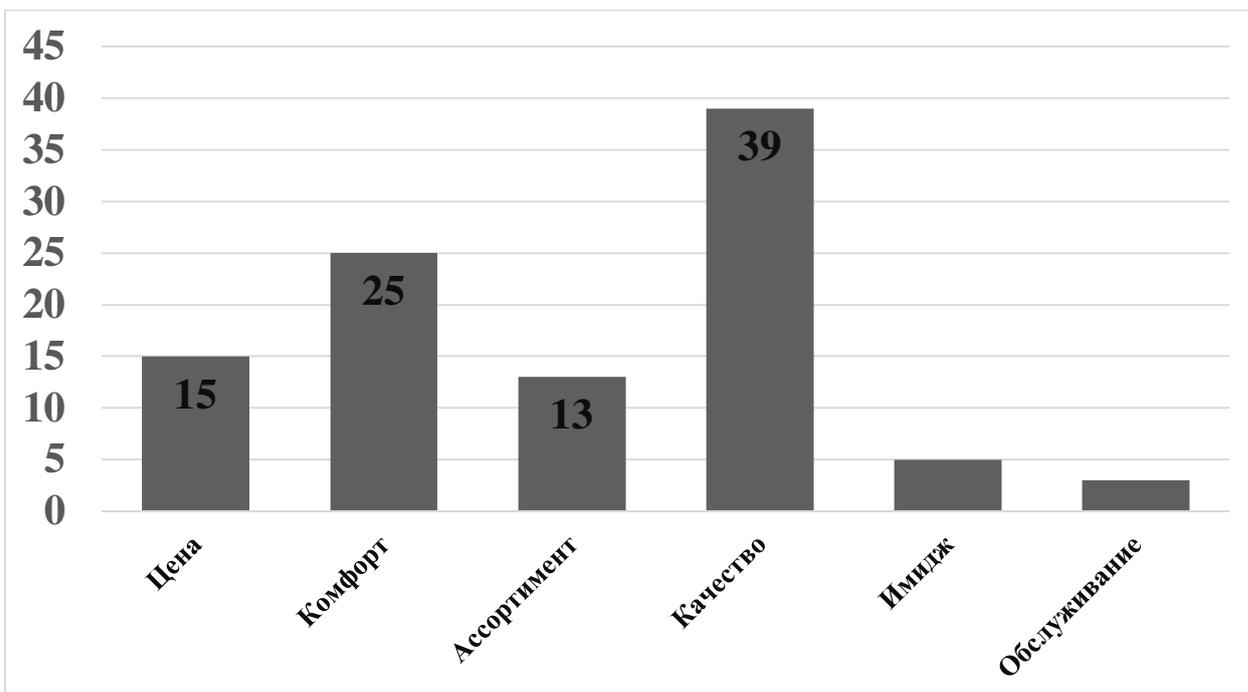


Рисунок 8 – Предпочтения клиентов, посещающих места общепита, количество голосов в %

4. С какими проблемами Вы сталкивались на предприятиях общественного питания?

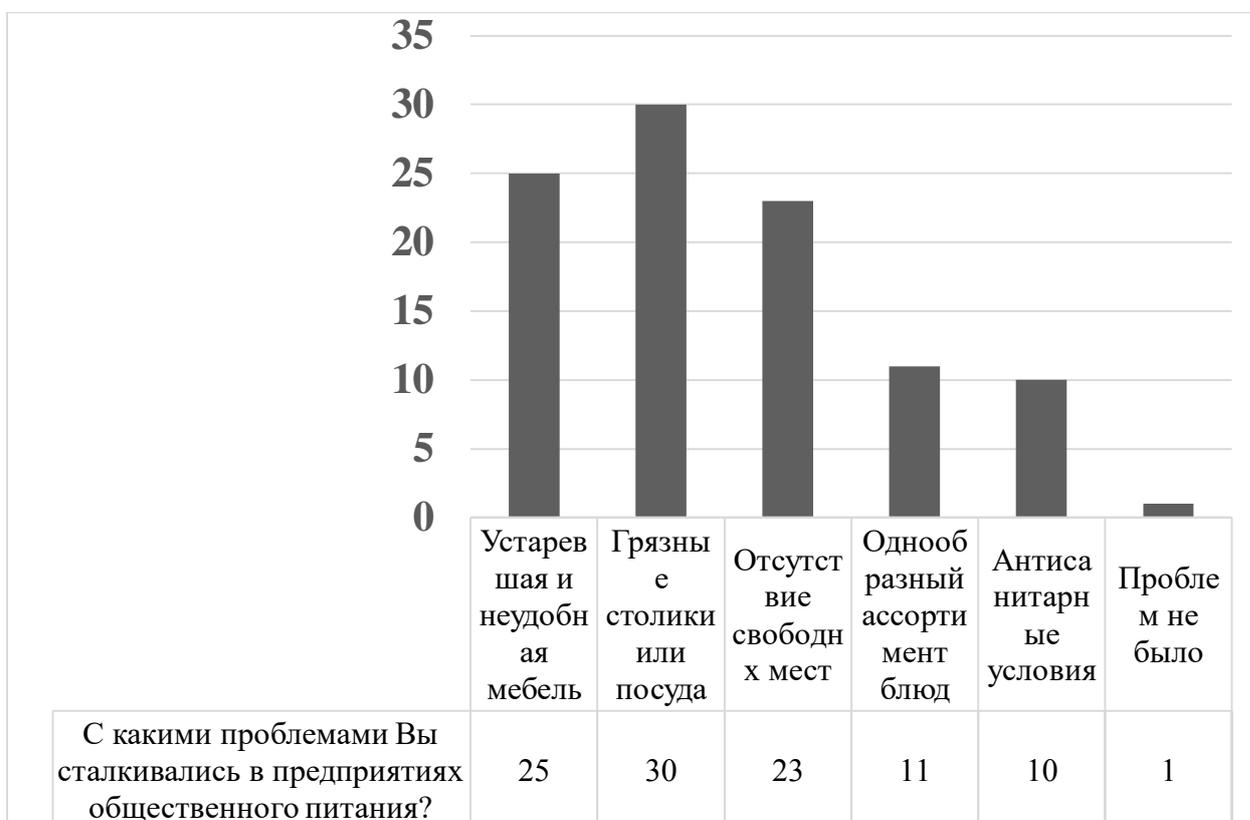


Рисунок 9 – Проблемы, с которыми сталкиваются посетители общепита, количество голосов в %

Около 25% опрошенных отмечают, что сталкиваются с отсутствием свободных мест. Еще около 25% замечали грязные столы или посуду в заведении.

5. Какой тип ресторана, на Ваш взгляд, мог бы составить конкуренцию уже существующим в городе Благовещенске?

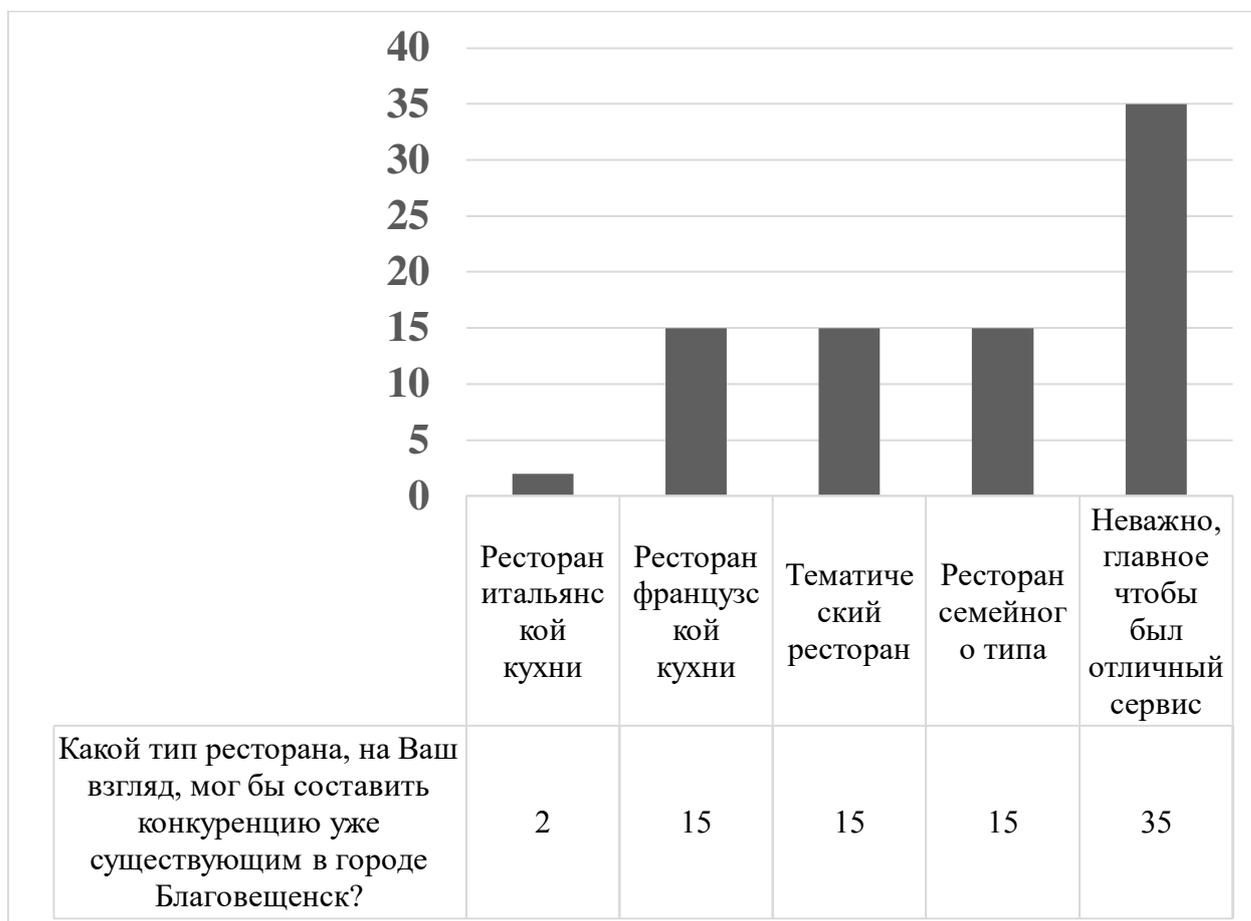


Рисунок 10 – Новый тип ресторана, количество голосов в %

Жители города хотели бы, чтобы в городе открылись рестораны итальянской и французской кухни. Также не против появления большего количества семейного типа ресторанов или других тематических ресторанов

6. Что на Ваш взгляд можно улучшить в работе предприятий питания?

На этот вопрос предлагался свободный ответ. Из 54 человек на него ответили только 27. В обобщенном виде население желает более качественного обслуживания, появления более профессиональных поваров,

что приведет к улучшению качества продукции и привлечению новых потенциальных клиентов.

Из результатов анализа первой части вопросов (1 – 13) мы можем выявить некий портрет потенциального потребителя услуг питания. Это молодые женщины в возрасте от 20 до 25 лет. Они закончили высшее учебное заведение, имеют высшее образование, или в силу своего возраста многие из них студентки. Девушки находятся либо в отношениях, либо свободные, не имеют детей, что позволяет им посещать заведения в вечернее время суток. Они предпочитают такой тип предприятий питания как кафе, и периодически его посещают. Средний чек доходит до 500 рублей, не имеют особых предпочтений во вкусах.

Таким образом, с помощью проведения анкетирования мы смогли ответить на вопрос и выяснили с какими проблемами сталкиваются жители города Благовещенска, посещая пункты питания. Помимо этого, мы выявили портрет абстрактного клиента, потребителя услуг питания.

3.2 Разработка нового туристского продукта экскурсионной направленности в г. Благовещенске

Благовещенск – город с огромной историей, которой уже больше 160 лет и которая тесно связана с историей Приамурья. На Дальнем Востоке Благовещенск является одним из старейших городов и имеет большое количество памятников истории и культуры, архитектуры и монументального искусства³⁵.

Так, по улице Ленина расположены здания и постройки конца 19-20 веков, являющиеся памятниками архитектуры. Здесь также находятся здания правительства амурской области и администрации города Благовещенска, педагогический университет, военное училище, кондитерская фабрика, краеведческий музей, драматический театр и другие учреждения образования,

³⁵ Приводится по: Памятки архитектуры Благовещенска [Электронный ресурс] : biblioblag.ru – Режим доступа : <https://biblioblag.ru/kraevedenie/pamyatniki-arxitekturyi-blagoveshhenska>. – 22.04.2020

культуры и досуга. Самое удивительное здание в Благовещенске стоит на углу улицы Ленина и переулка Святителя Иннокентия (архитектор Э.И. Шеффер). Оно выполнено в модном в те времена псевдорусском стиле – в нём активно используются декоративные элементы русского деревянного зодчества, перенесённые в камень³⁶.

В данной работе разработан туристский продукт гастрономической направленности. Туризм является основным, базовым элементом познавательной деятельности. Целью разработки данного продукта является расширение уже существующего перечня туристских продуктов и роста туристической привлекательности как Дальневосточного региона в целом, так и города Благовещенска как потенциального туристического центра, в частности. На данный момент туристические фирмы города могут предложить туры различных видов, начиная от исторических и познавательных, заканчивая обзорными экскурсиями. В данной работе предложен двухдневный тур с гастрономической программой, рассчитанной для любителей сладостей.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- ознакомиться с некоторыми кондитерскими фабриками, магазинами, пекарнями, кофейнями, предоставляющими такие услуги;
- рассмотреть выбранные пункты не только с точки зрения истории, но и со стороны возможности привлечения их к познавательной программе;
- проанализировать роль каждого из объектов показа в формировании образа современного Благовещенска.

Упоминание о сладостях можно встретить ещё в доисторические времена. Тогда это не было кулинарным шедевром, имеющим особую технику выполнения. Доисторический человек лакомился диким мёдом. С развитием времени они открыли для себя сладкие ягоды, фрукты и орехи. Во времена правления королей и императоров появляются новые угощения такие, как

³⁶ Приводится по: Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области [Электронный ресурс] : vstamur.ru – Режим доступа : <http://www.vstamur.ru/activity/tourism/blag/>. – 22.04.2020

шоколад и мороженное, тайну приготовления которых знали только личные повара. Сладость была роскошью, которую могли позволить себе не все, которая продавалась в специально отведённых местах, например, в аптеках. И зачастую их продавали только взрослым. Сейчас сладкое стало общедоступным и популярным, его количество не поддаётся счёту, и конфеты теперь – это удовольствие.

Данный продукт рассчитан как на внутренних туристов, так и на иностранных. Благовещенск – город с богатой историей, с множеством кафе и кондитерской фабрикой. У туристов есть возможность посетить знаменитую фабрику, ее самые интересные цеха, познакомиться с историей какао-бобов и шоколада. Помимо этого они смогут примерить на себе такие профессии, как кондитер, гончар, художник и, конечно, поучаствуют в изготовлении некоторых конфет.

Тур носит название «Общение со вкусом» и является краткосрочным. Для туристов забронированы номера в гостинице «Красная», которая находится по адресу Мухина 114 «Острова», крыло «Старый город», 1 этаж. Гостиница имеет оснащённые всем необходимым номера, круглосуточную стойку регистрации, бесплатный Wi-Fi. Также гостиница сервирует и предоставляет континентальный завтрак. Преимуществом гостиницы является то, что она находится в центре торгового дома, где совсем близко расположены различные магазины, супермаркеты, кинозалы.

Программа обслуживания.

День 1 – прибытие в город Благовещенск.

12:00 – Начало путешествия. Посещение кондитерской «Како-Боб». Знакомство с историей какао-бобов, с реальным производством шоколада. Самостоятельное приготовление шоколадной конфеты.

13:00-13:10 – Продолжение движения по маршруту.

13:10-14:40 – Посещение домашнего музея «Самоваров». Знакомство с личной коллекцией самоваров и с историей самоварного делопроизводства в России. Чаепитие.

14:40-14:50 – Продолжение движения по маршруту.

14:50-16:20 – Мастер-класс по гончарному делу. Знакомство с традиционными направлениями керамики, с творчеством самого автора. В рамках мастер-класса группа расписывает готовое изделие, которое предварительно прошло обжиг. В завершении у каждого участника остаётся расписанное ими керамическое изделие.

16:20-16:30 – Продолжение движения по маршруту.

16:30-17:10 – Перекус в кофейне-кондитерской «Буланже».

17:10-17:25 – Продолжение движения по маршруту.

17:25 – Заселение в гостиницу «Красная». Завершение первого дня путешествия. Свободное время.

Маршрут первого дня: ул. Красноармейская, 123 – ул. Красноармейская, 128 – ул. Ленина, 167 – ул. Ленина 150 – ул. Мухина, 114, ТРЦ «Острова», 1 этаж, крыло Старый город.

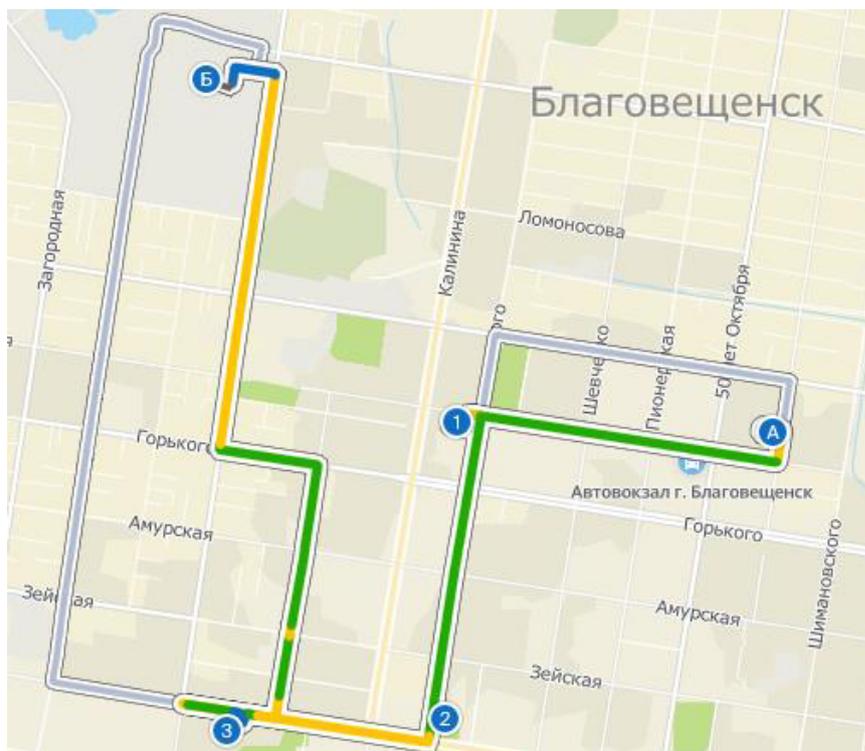


Рисунок 11 – Маршрут первого дня путешествия

Описание объектов остановок на маршруте:

1) Кофейня «Какао-Боб». Маленькое, уютное заведение в центре города. В этом месте группа узнает, какую роль в возникновении шоколада

сыграли индейские народы. Увидят различные шоколадные экспозиции как на витринах, так и сами поучаствуют в их изготовлении. Также группа примет участие в викторине, по итогу которой получит сладкий приз от кондитера.

2) Домашний музей Самоваров. Был создан Игорем Павловым в 2015 году на основе личной коллекции самоваров, которую он собирал более 30 лет. Коллекция насчитывает около 100 самоваров и предметов убранства стола XVIII – XIX веков. В экспозиции представлены: бульотки, подносы, кумган-самовары, самовары на керосине, на спирту, на углях, походные самовары. В коллекции находится уникальный самовар 1790 года самой первой самоварной российской фабрики. Это возможность погрузиться в историю самоварного дела с песнями и угощением. Гостей угостят имбирно-медовым сбитнем, травяным, ягодным и таежным чаем, разными сортами амурского меда и блинами. После знакомства можно исполнить романсы, а также хиты Deep Purple и гимн Советского Союза, которые сыграл на гитаре для гостей хозяин музея Игорь Павлов.

3) Амурский областной дом народного творчества. Это возможность для группы окунуться в мир гончарного искусства. Мастер-класс преподаёт опытный педагог-керамист – Галина Ананенко, которая является народным мастером Амурской области. Группу ждёт знакомство с традиционными направлениями, различными стилями, особенностями росписи. Также мастер продемонстрирует работу на гончарном круге. В подарок у гостей останутся изделия из глины, которые они сами распишут.

4) Кофейня-кондитерская «Буланже». Кофейня предлагает собственные кондитерские и хлебобулочные изделия, также чай и кофе. В заведении можно приобрести продукцию и попробовать её как на месте, так взять с собой.

День 2 – Завершение путешествия.

10:30 – Начало второго дня путешествия. Посещение бутик-магазина «Frenchkiss», который находится в ТРЦ «Острова» на втором этаже. Мастер-класс по изготовлению букета из сладостей.

11:40 – Выселение из гостиницы.

12:00-12:15 – Продолжение движения по маршруту.

12:15-13:45 – Посещение кондитерской фабрики «Зея». Знакомство с производственными цехами (конфетный, бисквитно-вафельный, мармеладный). Дегустация.

13:45-14:00 – Продолжение движения по маршруту.

14:00-14:40 – Перекус в кондитерском доме «Алексеевский».

14:40-14:55 – Продолжение движения по маршруту.

14:55-16:00 – Занятие в студии печной анимации. Знакомство с техникой изображения. Песочное шоу. Окончание путешествия.

Маршрут второго дня: ул. Мухина, 114, ТРЦ «Острова», 1 этаж, крыло Старый город – ул.Ленина,18 – ул. Пионерская, 32 – ул. Дьяченко, 2в.

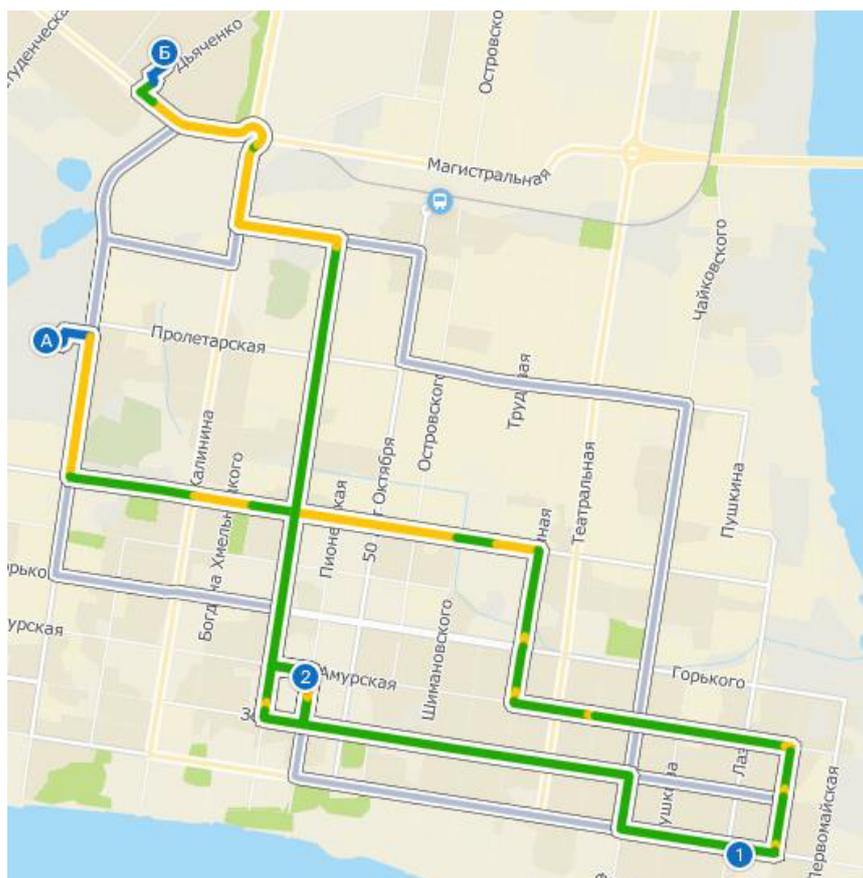


Рисунок 12 – Маршрут второго дня

Описание объектов на маршруте:

1) Бутик эксклюзивного шоколада «Frenchkiss». Магазин находится в одном из самых популярных мест города. Здесь группа интересно проведёт

время, занимаясь сбором букета из сладостей, а по окончании сможет приобрести различную продукцию. Компания работает с 2004 года и предлагает сладости ручной работы из бельгийского шоколада. Бутик может предоставить оригинальный подарок для любого повода. К тому же, магазин имеет свой фирменный стиль, который заключается в изящном и оригинальном оформлении заказов.

2) ОАО «Благовещенская кондитерская фабрика "ЗЕЯ"». Это одно из крупнейших производителей кондитерских изделий на Дальнем Востоке. Участники экскурсии и сопровождающий прибывают к месту сбора. На протяжении всего маршрута экскурсовод отвечает за порядок и безопасность, а также организывает группу. Во время знакомства с фабрикой экскурсантов проведут по основным цехам производства продукции (мармеладный, бисквитно-вафельный и конфетный), где они узнают об истории фабрики, увидят процесс производства своими глазами, познакомятся с профессией кондитера и смогут попробовать известные сладости, выпускаемые этой фабрикой.

3) Кондитерский дом «Алексеевский». Заведение радо встретить всех любителей сладкого в особенности тех, кто может по достоинству оценить всю его атмосферу. При изготовлении сохраняется натуральность и свежесть ингредиентов, что подтверждает короткий срок их хранения.

4) Студия песочной анимации. Здесь гостям предлагается не только увидеть песочное шоу, но и попробовать себя в роли художника. Работа сопровождается приятной музыкой. Мастера поведают всё о скорости и, самое главное, технике рисования.

Основная тема тура: «Знакомство с историей, возможность хорошо провести время, а также лично попробовать продукцию». Продолжительность экскурсии – 2 дня. Количество человек в группе – 8, и один сопровождающий группу.

Рассчитаем стоимость такого тура для группы из 8 человек групповода:

Размещение в гостинице с завтраком в двухместных номерах с двумя отдельными кроватями:

$$2700 \text{ р.} * 4 \text{ номера} = 10800 \text{ р.}$$

Билет на экскурсию в кофейню «Какао-Боб»:

$$250 \text{ р.} * 9 \text{ человек} = 2250 \text{ р.}$$

Билет в музей:

$$250 \text{ р.} * 9 \text{ человек} = 2250 \text{ р.}$$

Мастер-класс по гончарному делу:

$$350 \text{ р.} * 9 \text{ человек} = 3150 \text{ р.}$$

Мастер-класс по изготовлению сладких букетов:

$$200 \text{ р.} * 9 \text{ человек} = 1800 \text{ р.}$$

Билет на фабрику «Зея»:

$$600 \text{ р.} * 9 \text{ человек} = 5400 \text{ р.}$$

Занятие в студии песочной анимации:

$$300 \text{ р.} * 9 \text{ человек} = 2700 \text{ р.}$$

Услуги микроавтобуса на 14 человек с водителем:

$$800 \text{ р.} * 9 \text{ часов} = 7200 \text{ р.}$$

Услуги сопровождающего:

$$400 \text{ р.} * 8 \text{ человек} = 3200 \text{ р.}$$

$$\text{Итого: } 10800 + 2250 + 2250 + 3150 + 1800 + 5400 + 2700 + 7200 + 3200 = 38750 \text{ р.}$$

$$\text{Накладные расходы (10\%)} = 3875 \text{ р.}$$

$$\text{Полная себестоимость: } 38750 + 3875 = 42625 \text{ р.}$$

$$\text{НДС (20\%)} = 8525 \text{ р.}$$

$$\text{Прибыль (10\%)} = 4263 \text{ р.}$$

$$\text{Стоимость тура: } 42625 \text{ р.} + 8525 \text{ р.} + 4263 \text{ р.} = 55413 \text{ р. на группу}$$

$$\text{Стоимость путёвки на одного человека: } 55413 : 8 = 6930 \text{ р.}$$

Перенесём полученные данные в таблицу.

Таблица 11 – Калькулирование себестоимости

№	Калькуляционные статьи	Показатели		
		%	В денежном выражении	
			группа	ин-но
1	Размещение в гостинице		10800	1350
2	Билет на экскурсию в кофейню		2250	250
3	Билет в музей		2250	250
4	«Гончарное дело»		3150	350
5	Изготовление сладкого букета		1800	200
6	Билет на фабрику		5400	600
7	Занятие в студии		2700	300
8	Услуги авто		7200	900
9	Услуги сопровождающего		3200	400
10	Итого прямых затрат		38750	4844
11	Косвенные затраты	10	3875	484
12	Полная себестоимость		42625	5328
13	НДС	20	8525	1065
14	Прибыль	10	4263	533
15	Стоимость тура		55413	6930

В стоимость входят:

- оплата билетов;
- организация перевозки, транспорт и все необходимые документы;
- размещение в гостинице;
- сопровождение групповодом;
- сопровождающий едет бесплатно.

В стоимость экскурсии не входят перекусы в кафе и покупки различной сладкой продукции.

Таким образом, в данной главе рассмотрено современное состояние сферы питания в городе Благовещенске, выделены основные проблемы. Также в этом разделе происходило создание нового туристского продукта гастрономической направленности «Общение со вкусом» в нашем городе. Созданный комплексный экскурсионно-познавательный туристский продукт позволит стимулировать развитие туристской индустрии и решить проблему узкой направленности специализации туристов, посещающих регион, а также будет способствовать привлечению инвестиций в дальнейшее развитие отрасли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При подготовке дипломной работы была определена цель исследования – рассмотреть организацию, предоставление и развитие услуг питания в туризме, а также разработать новый туристический продукт.

Для раскрытия цели был поставлен ряд задач. В результате их достижения были сделаны следующие выводы.

Услуги питания занимают важное место в индустрии гостеприимства. В туризме, как и в другой сфере деятельности, при организации отдыха учитывается одна из главных потребностей туристов – удовлетворение в пище, а эта основная причина, по которой ресторанный бизнес развивается довольно быстрыми темпами. В составе туристского продукта услуги питания бывают двух видов – обязательные и необязательные. Питание может предоставляться как соответствующими предприятиями, так и местом размещения, но как показывает туристическая практика, питание входит в состав комплексной гостиничной услуги, которое предоставляется по специальным гостиничным «планам». К туристским предприятиям питания также обязательно предъявляются требования, которые касаются организации услуг и места их предоставления.

Это связано с тем, что услуги питания имеют несколько основных этапов развития, в связи с чем потребности людей к обслуживанию и оказанию услуг заметно растут. На сегодняшний момент существует множество предприятий питания, способных удовлетворить различные потребности людей в еде.

С развитием общества индустрия питания также ставит перед собой новые цели и на данный момент охватывает не только локальных жителей и туристов своей страны, но и иностранных. В связи с чем необходимо учитывать некоторые национальные особенности страны, из которой они прибыли.

Количество потребителей услуг питания становится больше, что влияет на количество предприятий питания. Их становится больше, им необходимо

меняться и улучшать предлагаемые ими услуги. Инновации – один из лучших способов повысить конкурентоспособность предприятия. В настоящее время для стабильности посещений и привлечения внимания новых потребителей, рестораны используют информационные технологии, новые способы управления персоналом, а также инновации в сфере обслуживания. В частности, широкое распространения получил Интернет. Другими способами привлечения к себе огромного интереса являются новые идеи оформления зала, любое проявление креативности. Зачастую, чтобы добиться звания аттрактивного предприятия, прибегают к необычным архитектурным оформлением.

Результатом исследования в данной работе является разработка туристского продукта гастрономической направленности. Целью разработки данного продукта является расширение уже существующего перечня экскурсионных продуктов и роста туристической привлекательности как Дальневосточного региона в целом, так и города Благовещенска как потенциального туристического центра, в частности. Для создания нового турпродукта была выбрана тема знакомства со сладкой жизнью города, которое предполагает посещение кондитерской фабрики и ее основных цехов по производству сладкой продукции, осмотр объектов, которые не менее популярны у сладкоежек города и имеют свои особенности, угощение сладким и чаепитие, участие в мероприятиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Артёмова, Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие / Е.Н. Артёмова. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. – 104 с.
- 2 Артёмова, Е.Н. Основы технологии продукции общественного питания: учебное пособие / Е.Н. Артёмова. – Орёл: ОрёлГТУ, 2010. – 331 с.
- 3 Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для СПО / Л. Г. Березовая. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 477 с.
- 4 Васильева, В.В. Технология продукции общественного питания: учебник и практикум для академического бакалавриата/ В.В. Васильева. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 417 с.
- 5 Виды сервиса [Электронный ресурс] : uchebnikirus.com – Режим доступа : http://uchebnikirus.com/turizm/restoranna_sprava_-_malska_mp/vidi_servisu.htm. – 11.04.2020
- 6 ГОСТ 30383 – 2013. Издания. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. – Введ. 2016-01-01. – М.: Стандартинформ, 2014. – 16 с.
- 7 ГОСТ 30389 – 95. Издания. Общественное питание. Классификация предприятий. – Введ. 1995-07-01. – М.: ИПК Издательство стандартов, 2002. – 12 с.
- 8 Гостиничное дело. Организация и предоставление дополнительных услуг [Электронный ресурс] : dw6.ru – Режим доступа : https://dw6.ru/uslugi_pitaniya.html. – 11.04.2020
- 9 Джабаева, А.С. Технология продуктов общественного питания: учебное пособие / А.С. Джабаева. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 336 с.
- 10 Джум, Т.А. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: учебное пособие / Т.А. Джум. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 528 с.

11 Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание: учебное пособие для академического бакалавриата / С.Б. Жабина. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 224 с.

12 Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности: учебник / И.В. Зорин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

13 История ресторанного бизнеса как части индустрии туризма [Электронный ресурс] : knowledge.allbest.ru – Режим доступа : https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0b65625a2bd78a4d43b88421206d36_0.html. – 11.04.2020

14 История ресторанного бизнеса [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : https://studbooks.net/743463/turizm/istoriya_restorannogo_biznesa. – 11.04.2020

15 Инновации в сфере услуг общественного питания [Электронный ресурс] : nomnoms.info – Режим доступа : <https://nomnoms.info/innovatsii-v-sfere-uslug-obschestvennogo-pitaniya/>. – 14.04.2020

16 Инновации в сфере услуг общественного питания [Электронный ресурс] : moyuniver.net – Режим доступа : <http://moyuniver.net/innovacii-v-sfere-uslug-obshhestvennogo-pitaniya/>. – 14.04.2020

17 Инновационные технологии основа конкурентоспособности предприятий общественного питания [Электронный ресурс] : moluch.ru – Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/115/30963/>. – 14.04.2020

18 Инновационные технологии. Организация общественного питания [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/category/innovatsionny-e-tehnologii>. – 14.04.2020

19 Инновации в кулинарии. Фудпейринг [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/innovatsii-v-kulinarii-fudpejring>. – 14.04.2020

20 Инновационные технологии. Организация общественного питания. Фьюжн кулинария – что это? [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим

доступа : <https://alexsolor.ru/uncategorized/f-yuzhn-kulinariya-chto-e-to>. – 14.04.2020

21 Инновационные технологии – кулинарный визаж [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/uncategorized/innovatsionny-e-tehnologii-kulinarny-j-vizazh>. – 14.04.2020

22 Классификация видов предприятий общественного питания [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : <https://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a86/41983.html>. – 11.04.2020

23 Как правильно организовывать питание иностранных туристов [Электронный ресурс] : tourfaq.net – Режим доступа : <http://tourfaq.net/travel-business/kak-pravilno-organizovat-pitanie-inostrannyx-turistov/>. – 12.04.2020

24 Как правильно организовывать питание туристов [Электронный ресурс] : tourfaq.net – Режим доступа : <http://tourfaq.net/travel-business/kak-pravilno-organizovat-pitanie-inostrannyx-turistov/>. – 13.04.2020

25 Методы оценки качества обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] : refnew.ru – Режим доступа : <http://refnew.ru/aktualenoste-issledovaniya-vipusknoj-kvalifikacionnoj-raboti.html?page=8>. – 18.04.2020

26 МОДЕЛЬ СТУДЕНТА КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ [Электронный ресурс] : studfile.net – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/4597083/page:10/>. – 18.04.2020

27 Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области [Электронный ресурс] : vstamur.ru – Режим доступа : <http://www.vstamur.ru/activity/tourism/blag/>. – 22.04.2020

28 Мрыхина, Е.Б. Организация производства на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Е.Б. Мрыхина. – М.: Форум, 2015. – 176 с.

29 Новости 24. Экономика [Электронный ресурс] : amur.kp.ru – Режим доступа : <https://www.amur.kp.ru/online/news/3428363/>. – 20.04.2020

30 Организация питания в туризме [Электронный ресурс] : studopedia.ru – Режим доступа : https://studopedia.ru/6_83213_organizatsiya-pitaniya-v-turizme.html. – 11.04.2020

31 Организация питания иностранных туристов [Электронный ресурс] : revolution.allbest.ru – Режим доступа : https://revolution.allbest.ru/sport/00419683_0.html#text. – 12.04.2020

32 Организация питания иностранных групп туристов и индивидуальных в ресторанах и кафе [Электронный ресурс] : vikidalka.ru– Режим доступа : <https://vikidalka.ru/1-116708.html>. – 12.04.2020

33 Организация питания иностранных туристов [Электронный ресурс] : studfile.net – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/5562311/>. – 12.04.2020

34 Памятки архитектуры Благовещенска [Электронный ресурс] : biblioblag.ru – Режим доступа : <https://biblioblag.ru/kraevedenie/pamyatniki-arxitekturyi-blagoveshhenska>. – 22.04.2020

35 Поиск решения по регулированию конкуренции в сфере общественного питания в г. Благовещенске [Электронный ресурс] : studsell.com – Режим доступа : <https://www.studsell.com/view/117085/?page=5>. – 20.04.2020

36 Предоставление услуг питания в туристской отрасли на примере организации питания в ООО «Туристическая гостиница Донец» [Электронный ресурс] : otherreferats.allbest.ru – Режим доступа : https://otherreferats.allbest.ru/sport/00752617_0.html. – 11.04.2020

37 Ратушный, А.С. Технология продукции общественного питания: учебник / А.С. Ратушный. – М.: ФОРУМ, 2016. – 352 с.

38 СБОРНИК САМЫХ НЕОБЫЧНЫХ И ТВОРЧЕСКИХ РЕСТОРАНОВ В МИРЕ [Электронный ресурс] : www.liveinternet.ru – Режим доступа : <https://www.liveinternet.ru/users/4289547/post407060581/>. – 18.04.2020

39 Специальные формы обслуживания [Электронный ресурс] : vk.com – Режим доступа : <https://vk.com/notes120420134>. – 12.04.2020

40 Технология и организация питания туристов. Вид питания [Электронный ресурс] : all4sew.ru – Режим доступа : <https://all4sew.ru/sales-techniques/tehnologiya-i-organizaciya-pitaniya-turistov-vidy-pitaniya/>. –

11.04.2020

41 Технология Sous Vide(су-вид) – инновация в общественном питании [Электронный ресурс] : alexsolor.ru – Режим доступа : <https://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/tehnologiya-sous-vide-innovatsiya-v-obshhestvennom-pitanii>. – 14.04.2020

42 Требования к туристским предприятиям питания [Электронный ресурс] : studbooks.net – Режим доступа : https://studbooks.net/681608/turizm/trebovaniya_turistskim_predpriyatiyam_pitaniya. – 11.04.2020

43 Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учеб. пособие для СПО / И. Н. Феденева. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 205 с.

44 Федцов, В.Г. Культура ресторанного сервиса / В.Г. Федцов. – М.: Дашков и К, 2014. – 248 с.

45 Щенникова, Н.В. Традиции и культура питания народов мира: учебное пособие / Н.В. Щенникова. – М.: Форум, 2015. – 295 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Название кухни	Особенности	Рекомендации
Польская	Много общего с русской кухней. Блюда польской кухни имеют слегка кислый привкус, очень сытные. Режим питания трехразовый. Поляки едят много мяса, жареное любят больше, чем вареное.	При обслуживании туристов из Польши во время завтрака, обеда и ужина следует подавать сливочное масло, вторые блюда – со сложным гарниром из овощей.
Чешская	Очень разнообразна, в ней много блюд из свинины и продуктов ее переработки (ветчина, сосиски, шпикачки), кушаний из кур и овощей. Широко используются натуральные блюда из говядины, телятины, дичи, а также молочные продукты: сливки, сметана и др. Для заправки холодных блюд и закусок применяется майонез. Блюда из рыбы употребляются ограниченно – их подают в холодном виде под маринадом и майонезом, а блюда из баранины и мясной рубки почти не готовят. Режим питания у чехов трехразовый: легкий завтрак, обильный обед и плотный ужин.	Супы, мясо, приготовленное различными способами. На гарнир ко вторым блюдам подают также свежие овощи. Перед десертом – сыр. На десерт – компот из свежих или консервированных фруктов, свежие фрукты и ягоды. Чехи любят сладкие блюда и кондитерские изделия, приготовленные с введением взбитых сливок в сочетании с шоколадом и ванилином. После обеда следует подавать черный кофе.
Венгерская	Очень своеобразная кухня, отличающаяся остротой блюд, в состав которых входит большое количество лука, красного и черного перца, а также приготовлением всех вторых горячих блюд только на свином сале. При приготовлении блюд широко используется сметана. Вместе со вторыми блюдами, как правило, подаются салаты из маринованных овощей. К столу обязательно подают специи: горчицу, уксус, красный и черный перец и различные соусы. Режим питания у венгров трехразовый: легкий завтрак, обед и плотный ужин.	Супы, мясо и птица, приготовленные различными способами. На гарнир следует подавать жареный картофель, тушеную капусту и другие овощи, рис и макаронные изделия. На десерт: фрукты свежие и печеные, компоты из консервированных фруктов и ягод, торты, пирожные. После десерта обязательно подают черный кофе. Так как венгры употребляют обычно много жидкости, на столы нужно ставить кувшины с водой и льдом.
Румынская	Румынская кухня отличается большим ассортиментом натуральных блюд, приготовленных из хорошо прожаренного свиного или говяжьего мяса и птицы. Румыны не едят блюд из баранины, в очень ограниченном ассортименте употребляют блюда из рубленого мяса, соусы и кисели; любят белый хлеб.	Бульоны, супы, каши, мясо, приготовленное различными способами. На десерт: компоты из свежих и консервированных фруктов, мороженое, свежие фрукты, кондитерские изделия. После обеда обязательно подается черный кофе.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Название кухни	Особенности	Рекомендации
Болгарская, югославская	Характерно большое количество овощных блюд и гарниров из свежих и маринованных овощей, а также блюд из баранины. Туристы из Болгарии и Югославии любят добавлять в пищу специи и приправы, поэтому к столу отдельно следует подавать уксус, томатные острые соусы, красный и черный перец. Болгары и югославы едят только белый хлеб, пьют минеральную и фруктовую воду.	Болгарская и югославская кухня носит восточный характер и очень похожа на нашу кавказскую, армянскую кухню. Поэтому болгарам и югославам можно предлагать шашлык, люля-кебаб, чахохбили из баранины или кур и другое. На десерт: свежие и консервированные фрукты и ягоды, мороженое, пирожные и торты. После обеда рекомендуется подавать черный кофе или кофе по-восточному.
Скандинавская	Скандинавская кухня отличается от прочих европейских кухонь обилием блюд из рыбы. Во всех скандинавских странах горячее едят один раз в день – во время обеда, который бывает довольно поздно. В остальное время едят бутерброды или разнообразные холодные закуски.	На завтрак туристам из Скандинавских стран рекомендуется подавать холодное молоко или кефир, сливочное масло, варенье, кофе с молоком (молоко подается отдельно), хлеб-тост и свежую булочку. Меню обеда и ужина следует составлять из обычных европейских блюд. И обязательно кофе на завтрак и обед. Их холодных закусок различную рыбу, салаты из овощей, рыбу под маринадом, мясо, яйца под майонезом.
Немецкая	Немецкая кухня отличается разнообразием блюд из свинины, птицы, дичи, из телятины, говядины и рыбы. В большом количестве употребляются овощи, особенно картофель и различные сорта капусты, преимущественно в отварном виде. При изготовлении блюд умеренно применяются пряности и приправы. В немецкой кухне ограничено представлены блюда из рубленого мяса, но много сосисок и колбас, а также молочнокислых продуктов. Большой популярностью пользуются бутерброды с различными продуктами и пиво.	Из первых блюд широко распространены пюреобразные супы и бульоны. Из вторых блюд: отварную рыбу с картофелем и овощами, сосиски с капустой (без добавления в нее томата), отварную и жареную свинину с овощами, тушеную и жареную говядину, жареные птицу и дичь. На десерт: компоты, кисели, желе, муссы, всевозможные запеканки с фруктовыми соусами, мороженое, фрукты и различные кондитерские изделия. Немцы любят натуральный черный кофе и кофе с молоком.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Название кухни	Особенности	Рекомендации
Французская	Блюда готовятся из всех видов мясных продуктов. Широко представлены блюда и гарниры из всевозможных овощей. Активное использование для приготовления самых разнообразных блюд виноградного вина, коньяка и ликера. Другая особенность французской кухни – разнообразие соусов. Их более 3000.	Ко вторым мясным блюдам отдельно подают зеленый салат, из капусты, помидоров и огурцов. Из первых блюд широко распространены прозрачные супы, суп-пюре, луковый суп и другие. А также салаты мясные, из птицы и дичи. На десерт: свежие фрукты и ягоды, желе, кремы, муссы, компоты. После десерта подают черный кофе.
Английская, американская и канадская	Характерно большое количество закусок и особенно рыбной гастрономии, а также сэндвичи и канапе с различными продуктами. Не едят колбасу и сосиски. В меню завтрака следует предусматривать фрукты, чай или черный кофе. Не едят красной икры, заливной рыбы, крупяных гарниров, а также вторых блюд с красным томатным соусом.	Каши, яичницы, омлеты. В полдник или обед – крепкий чай с молоком или сливками. К мясным блюдам подают овощные гарниры, жаренный во фритюре картофель. Американцы очень любят блинчики или оладьи с натуральным фруктовым сиропом или джемом.
Итальянская	Итальянцы любят баранину, ветчину, овощи, рис, красное столовое вино, оливковое масло, маслины, цитрусы, белый хлеб, фасоль, особенно белую, шпинат, помидоры, рыбу, шампиньоны, томатный и другие соусы, которых в Италии до 50 наименований. Итальянская кухня прославилась искусством приготовления овощей. Их не варят, а тушат в собственном соку или жарят. Характерная черта итальянской кухни – широкий ассортимент макаронных изделий (спагетти, вермишель).	При подаче рекомендуется соблюдать такую последовательность: острая закуска, бульон, мясное блюдо, сладкое (особенно мороженое, политое шоколадом), сыр, черный кофе.
Алжирская	Алжирская кухня включает блюда из баранины, говядины, птицы, рыбы (сардины, тунец, кильки и др.), всевозможных овощей (помидоры, перец, баклажаны и др.) и фруктов (цитрусовые, финики, виноград). Из зерновых культур широко применяются пшеница и ячмень. Распространено оливковое масло.	Овощные, рыбные и мясные салаты, рыбную гастрономию (кроме икры, балыков и лососины), ассорти из мяса и птицы, яйца под майонезом, икру из баклажанов и кабачков. На десерт: свежие ягоды и фрукты, компоты, желе и муссы, кремы, мороженое, арбуз, дыни, цитрусовые.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Название кухни	Особенности	Рекомендации
Арабская	Широкое использование риса, бобовых, баранины, козлятины, птицы, яиц, натуральных овощей, молочнокислых продуктов, сыра (типа брынзы), фруктов (свежих и консервированных), оливок. В состав многих блюд входят лук, чеснок, перец, пряные травы и корни. Свинина не употребляется. Не едят арабы и заливных блюд. Хлеб едят белый.	Основной горячий напиток – чай; из холодных напитков – всевозможные фруктовые соки со льдом. Супы, бульоны, яичница, овощи. На десерт: компоты и фрукты. После обеда следует подавать крепкий чай с лимоном (отдельно).
Японская	Большое место в японской кухне занимают рыба и рыбные продукты. В японской кулинарии немного соусов и жиров. Едят японцы двумя палочками, ложку не подают. Некоторых гостей японцы угощают за отдельным столом, на который ставят сразу все блюда обеда, начиная с супа и кончая сладким. В Японии принято с утра плотно есть.	В завтрак входит в основном «чокан» – отварной рис, фасолевый суп и маринованные огурчики; кроме того, едят яйца и рыбу, которые готовят различными способами. На обед едят рис и к нему подают отварные овощи, вареную чечевицу и блюда из сушеной рыбы с яйцом. На ужин снова подают рис и крепкий бульон из концентратных порошков, сырую рыбу, филе судака или карпа, которые предварительно замораживают и нарезают тонкими дольками. Подают эту рыбу под острым соусом, приготовленным из сока хрена с добавлением зелени. На десерт: свежие фрукты, компоты, мороженое. После обеда подают чай или кофе.
Корейская	Пищу корейцы едят тоже палочками. Любят овощи, орехи, куриные бульоны с острыми приправами. Овощи после кулинарной обработки тушат в небольшом количестве воды, приправляя каждое блюдо чесноком. Не любят корейцы молочку и блюда из нее, рыбу и рыбные деликатесы, колбасные изделия, черный хлеб, не едят картофеля и блюд из него. Не рекомендуется также подавать им блюда с соусами, содержащими сметану, а также бульоны.	Супы, пельмени, курица, говядина. На гарнир, как правило, употребляют рис. Кроме риса на гарнир можно подать недоваренные макароны. Корейцы любят всю пищу в недоваренном виде. На десерт рекомендуются фрукты, ананасы, апельсины, арбузы и виноград.

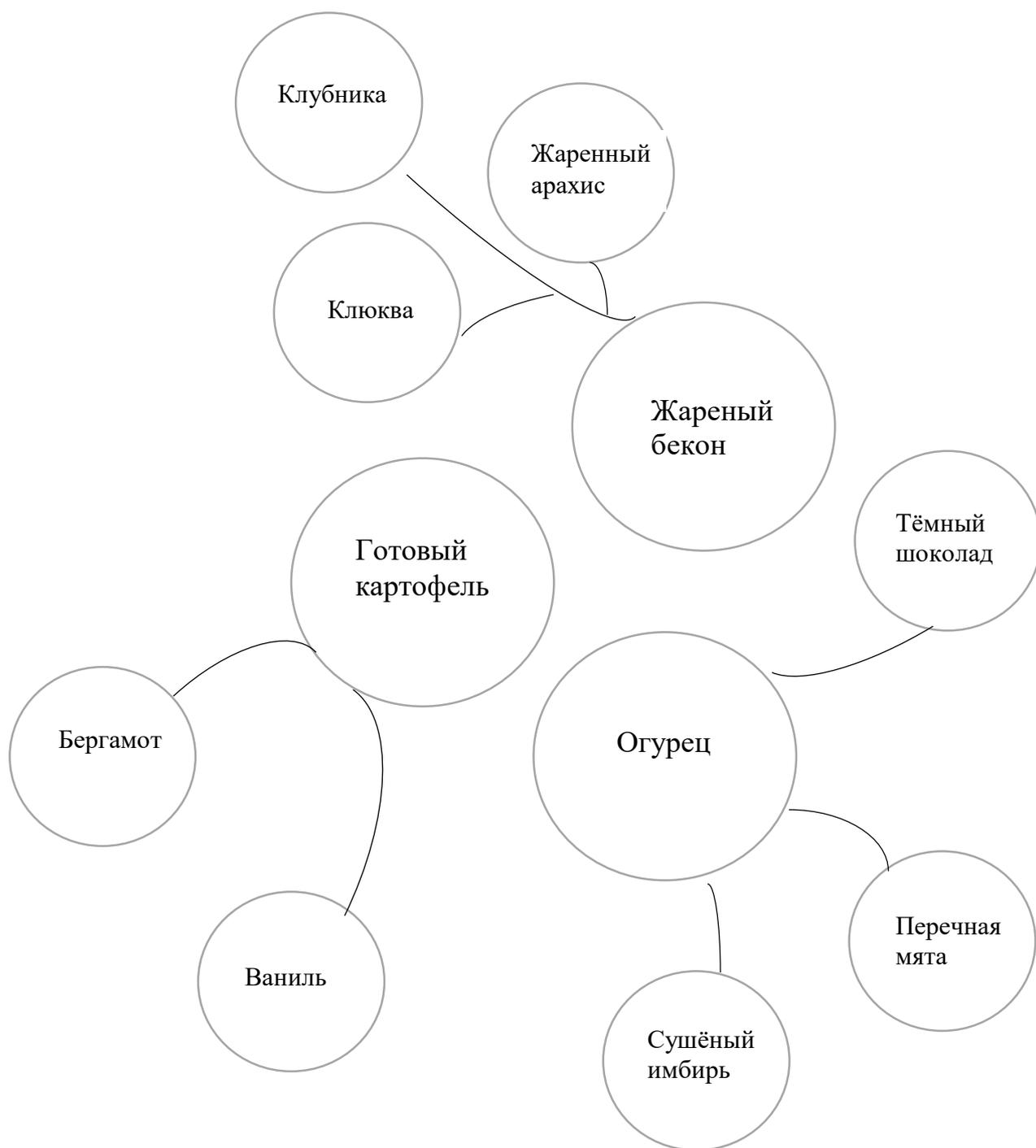
Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Название кухни	Особенности	Рекомендации
Иранская	По составу близкой к азербайджанской. В значительных количествах добавляются перец, лук, чеснок и различные острые и ароматические корни, и зелень. Иранцы любят белый хлеб, выпеченный в виде больших лепешек (лаваш, чурек). Основной горячий напиток – чай.	Блюда из баранины, козлятины, птицы, рыбы (сельдь, вобла, судак, сазан, севрюга, белуга, осетр), риса, всевозможных овощей, свежих и консервированных фруктов. Основной горячий напиток – чай. Большой популярностью пользуются сладкие блюда из фруктов и мучные изделия, сыр и кефир.
Индонезийская	Для индонезийской кухни характерно большое количество блюд из рыбы в отварном и жареном виде, а также из раков, крабов, трепангов. Готовятся блюда из птицы. Широко используется рис, который подается в отварном рассыпчатом виде с мясом, овощами, фруктами, мясными, рыбными и овощными соусами. Пищу готовят преимущественно на пальмовом масле. Хлеб индонезийцы едят белый. Из горячих напитков охотно пьют чай и кофе.	Салаты из овощей, мяса и рыбы, фаршированный перец, рыбу под маринадом, рыбную гастрономию (кроме икры), ветчину, язык, колбасу, индейку, кур, яйца под майонезом, бульоны, супы. После обеда следует подавать чай или кофе. Утром чай подают с молоком (отдельно в молочнике). В обед к столу необходимо подавать специи и фруктовую воду. На десерт: компоты из свежих и консервированных плодов, ананасы в сиропе, рисовую запеканку с фруктовыми соусами, сладкие пироги, рулеты, свежие фрукты.
Индийская	Индийская кухня весьма разнообразна и во многом определяется вероисповеданием населения. Так, буддисты не едят говядины, мусульмане любят блюда из баранины и козлятины и совсем не едят свинины. Большинство индийцев – вегетарианцы, их пища состоит из блюд, приготовленных из риса, бобовых, овощей, молока, молочных продуктов и яиц. Блюда индийской кухни в основном острые и пряные вследствие употребления в пищу большого количества специй, пряностей, приправ, а также острых соусов.	Супы, овощные омлеты, салаты из картофеля, грибов, краснокочанной капусты, свежие овощи (огурцы, помидоры), зеленый и репчатый лук, фаршированный перец, икру из кабачков и баклажанов, фасоль в ореховом соусе. На десерт: свежие фрукты, дыни, арбузы, блинчики с вареньем, салаты из свежих фруктов. Следует подавать фруктовые и томатные соки, а также черный и красный перец, лук, чеснок и острые томатные соусы.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Название кухни	Особенности	Рекомендации
Южноамериканская	<p>Напоминает кавказскую кухню. Обилие натурального мяса, поджаренного на специальных решетках на углях, характерно для латиноамериканской кухни. Эти блюда готовят к обеду и ужину. Употребление первых блюд ограничено. Мясо для приготовления блюд используется охлажденное или парное. По желанию туристов мясо жарят до полного прожаривания куска или чаще до среднего. Большое распространение получили мясные колбасы типа грузинских купат.</p>	<p>Завтрак легкий, состоящий из сливочного масла, джема или варенья, булочки с хрустящей корочкой (или сдобной), хлеба-тоста и кофе с молоком (сахар, не менее 3 – 4 кусков на чашку кофе, и горячее молоко подаются отдельно). Кроме этого, к завтраку часто подают фруктовые соки, свежие фрукты, острый сыр. Из закусок пользуются спросом зеленый горошек, овощные салаты, помидоры (целиком), сырокопченая колбаса (типа салями), ветчина. Салаты заправляют только оливковым маслом или салатной заправкой. Майонез или сметану для этого не применяют.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б



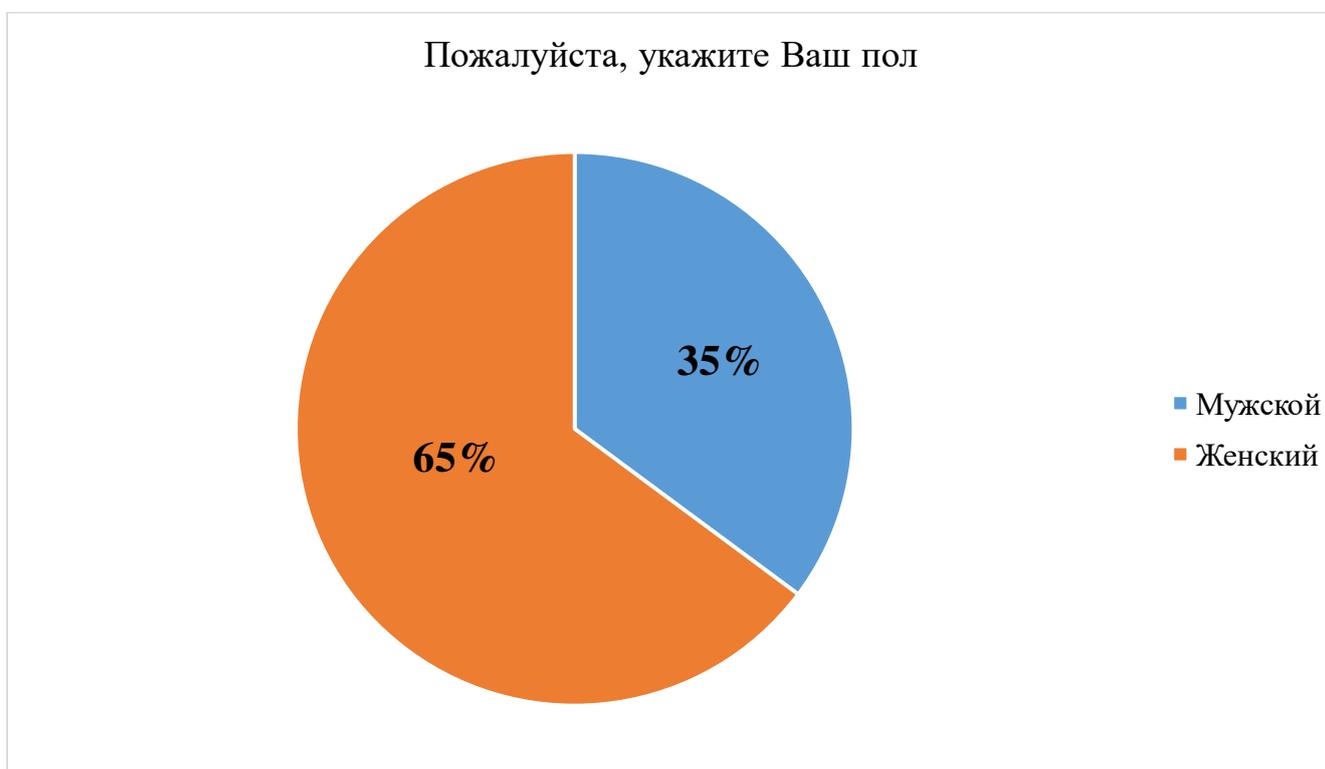
ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анкета

Уважаемый респондент, просим Вас принять участие в опросе и ответить на вопросы анкеты. Внимательно прочтите каждый вопрос и возможные варианты ответов к нему, выберите ответ, наиболее совпадающий с Вашим мнением, и укажите его. Просим отвечать искренне. Ответы будут указаны в обобщённом виде. Анонимность гарантируется.

1) Пожалуйста, укажите Ваш пол:

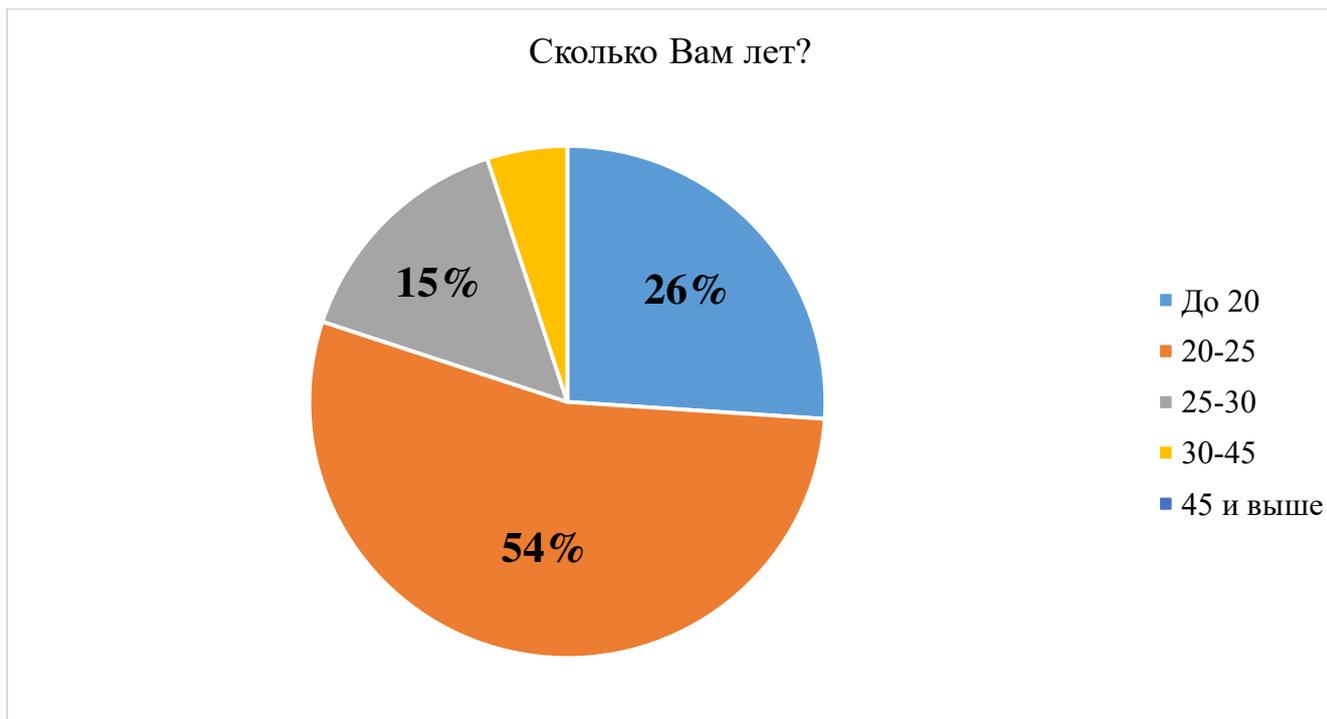
- Мужской
- Женский



2) Сколько Вам лет?

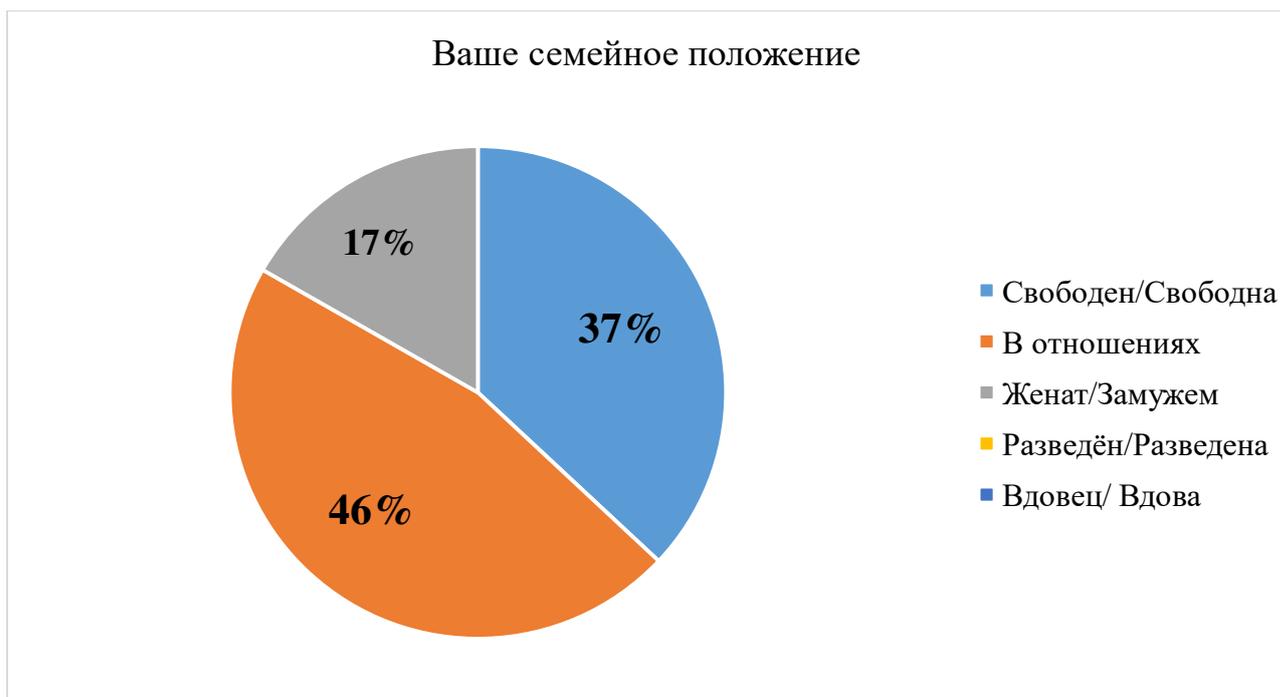
- До 20
- 20 – 25
- 25 – 30
- 30 – 45
- 45 и выше

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



3) Ваше семейное положение:

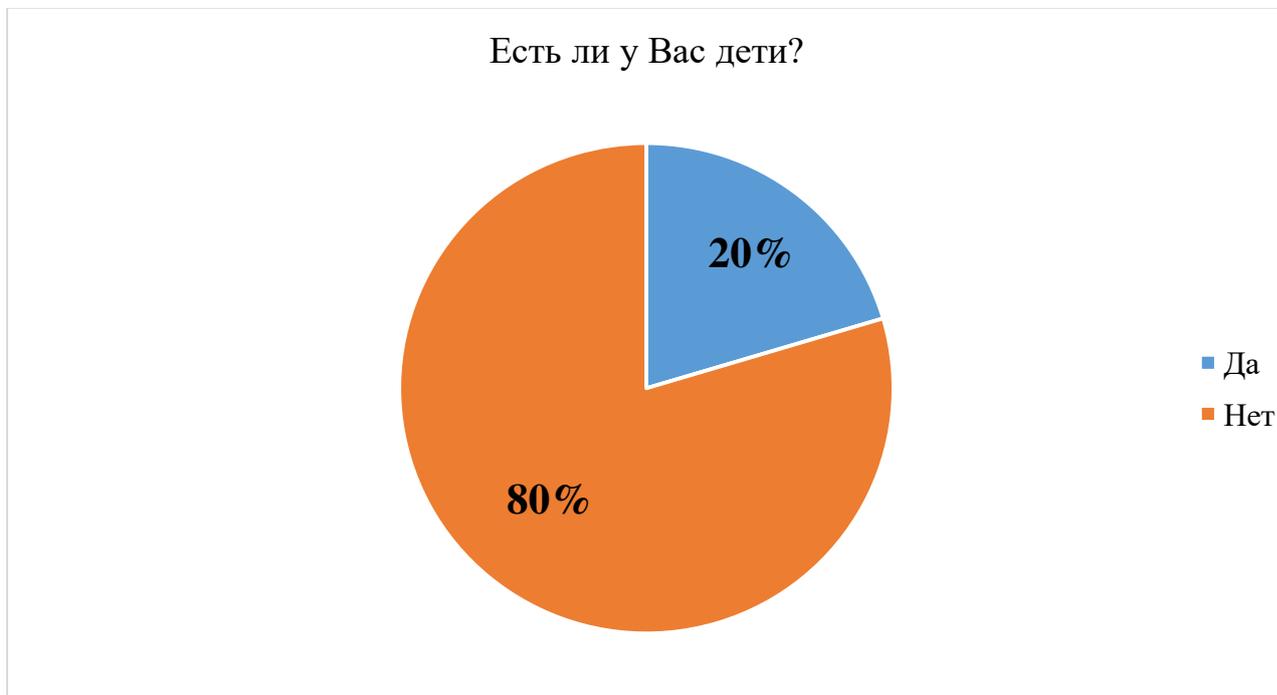
- Свободен/ Свободна
- В отношениях
- Женат/ Замужем
- Разведён/ Разведена
- Вдовец/ Вдова



Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

4) Есть ли у Вас дети?

- Да
- Нет

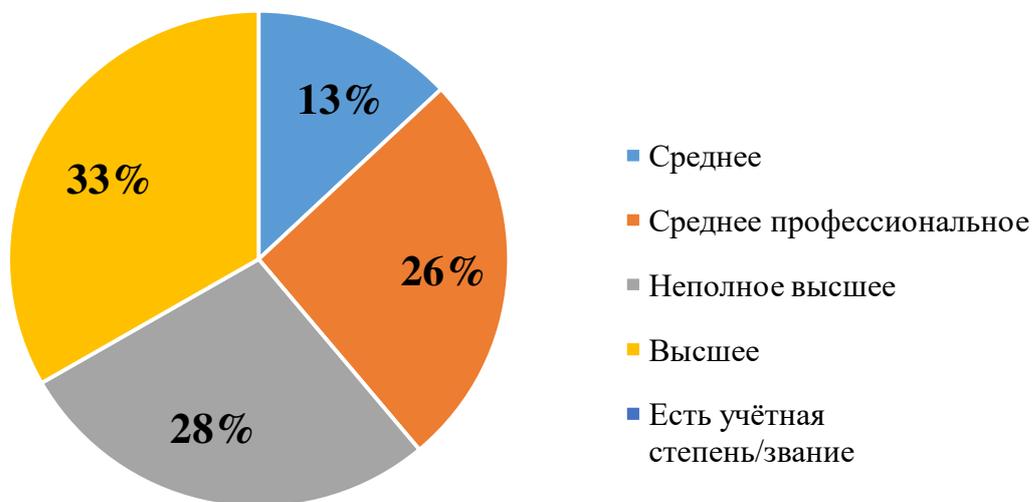


5) Укажите, пожалуйста, Ваш уровень образования:

- Среднее
- Среднее профессиональное
- Неполное высшее
- Высшее
- Есть учётная степень/ звание

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

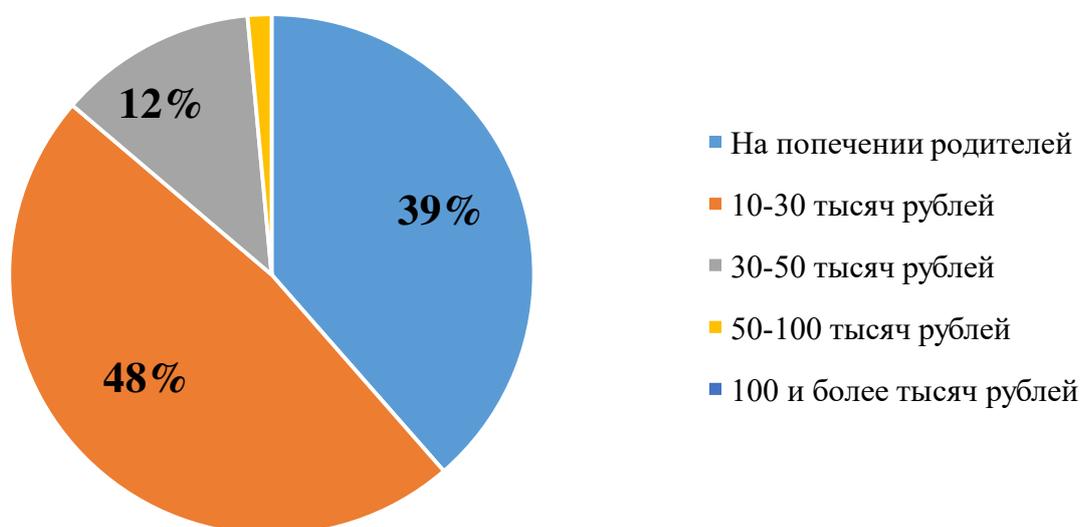
Укажите, пожалуйста, Ваш уровень образования



б) Ваш ежемесячный доход:

- На попечении родителей
- 10 – 30 тысяч рублей
- 30 – 50 тысяч рублей
- 50 – 100 тысяч рублей
- 100 и более тысяч рублей

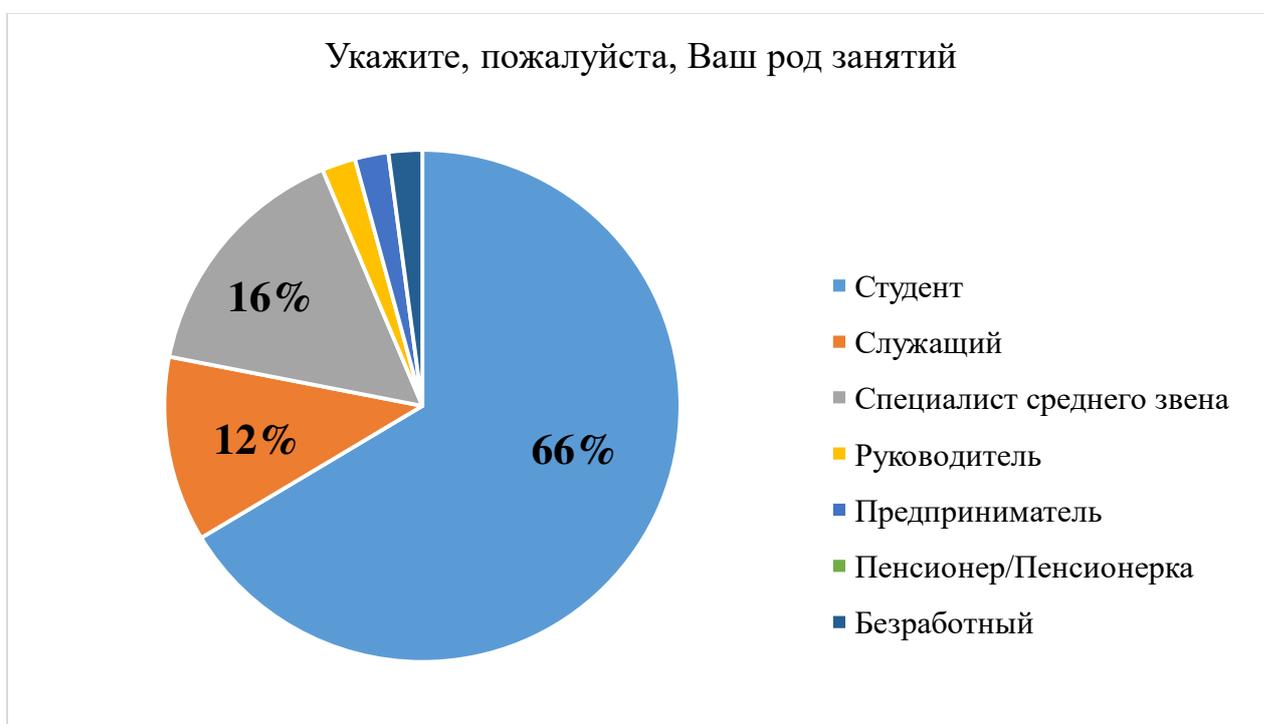
Ваш ежемесячный доход



Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

7) Укажите, пожалуйста, Ваш род занятий:

- Студент
- Служащий
- Специалист среднего звена
- Руководитель
- Предприниматель
- Пенсионер/ Пенсионерка
- Безработный

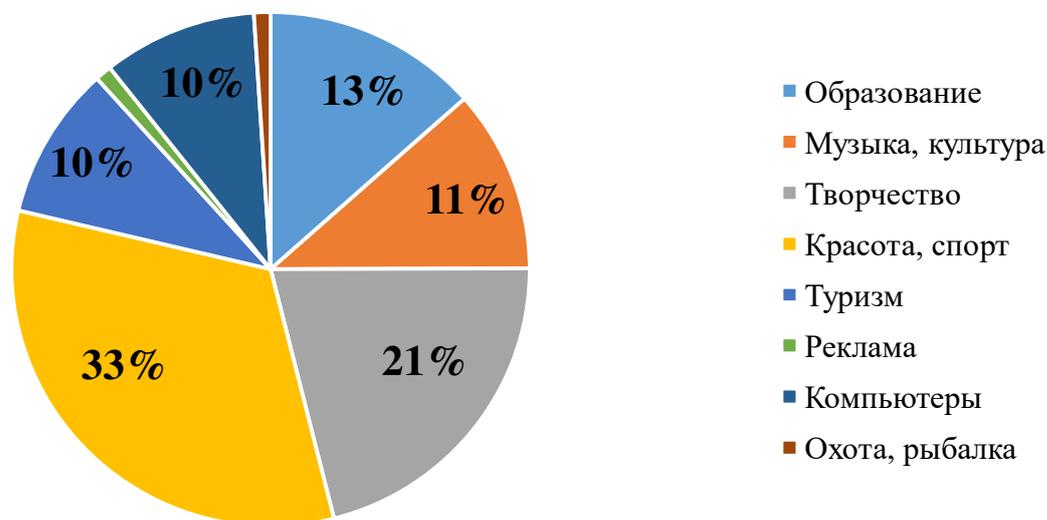


8) Отметьте все интересующие Вас сферы деятельности:

- Образование, наука
- Музыка, культура
- Творчество
- Красота, спорт
- Туризм
- Реклама
- Другое: _____

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

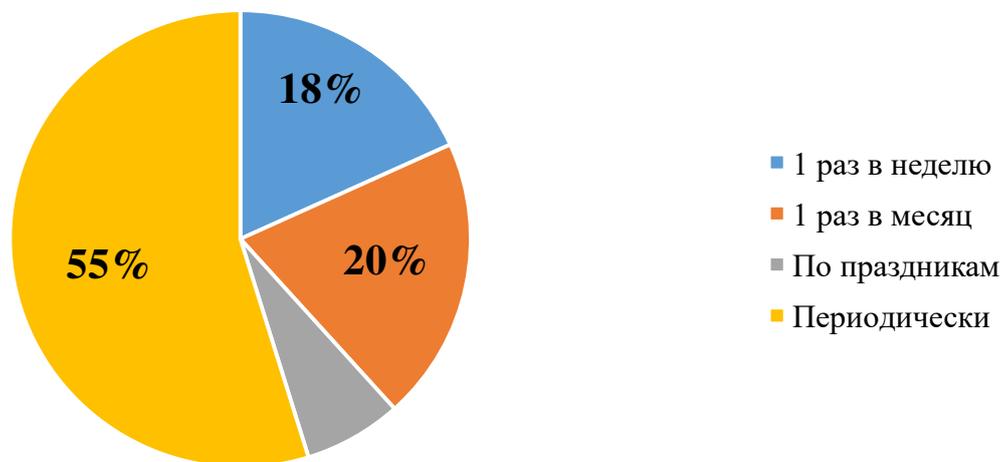
Отметьте все интересующие Вас сферы деятельности



9) Как часто Вы посещаете предприятия общественного питания?

- 1 раз в неделю
- 1 раз в месяц
- По праздникам
- Периодически

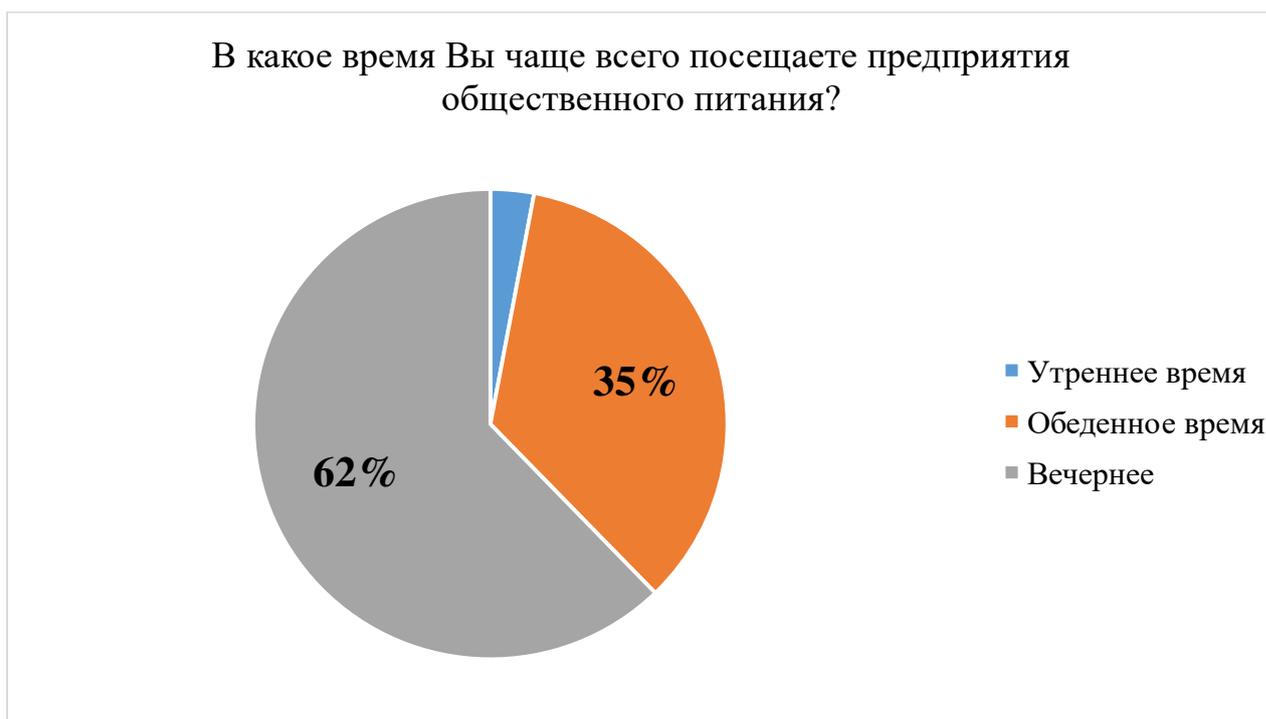
Как часто Вы посещаете предприятия общественного питания



Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

10) В какое время Вы чаще всего посещаете предприятия общественного питания?

- Утреннее время
- Обеденное время
- Вечернее время

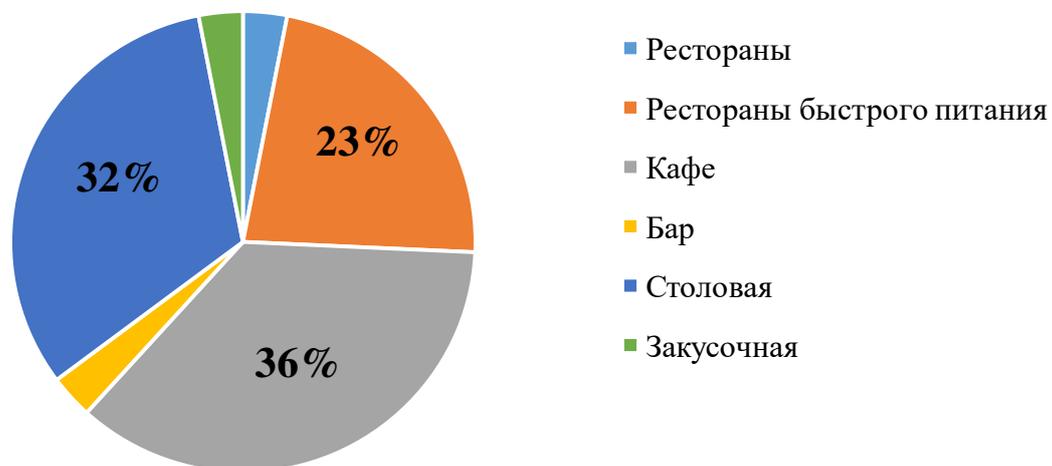


11) Какие предприятия общественного питания Вы чаще всего посещаете?

- Ресторан
- Ресторан быстрого питания
- Кафе
- Бар
- Столовая
- Закусочная

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

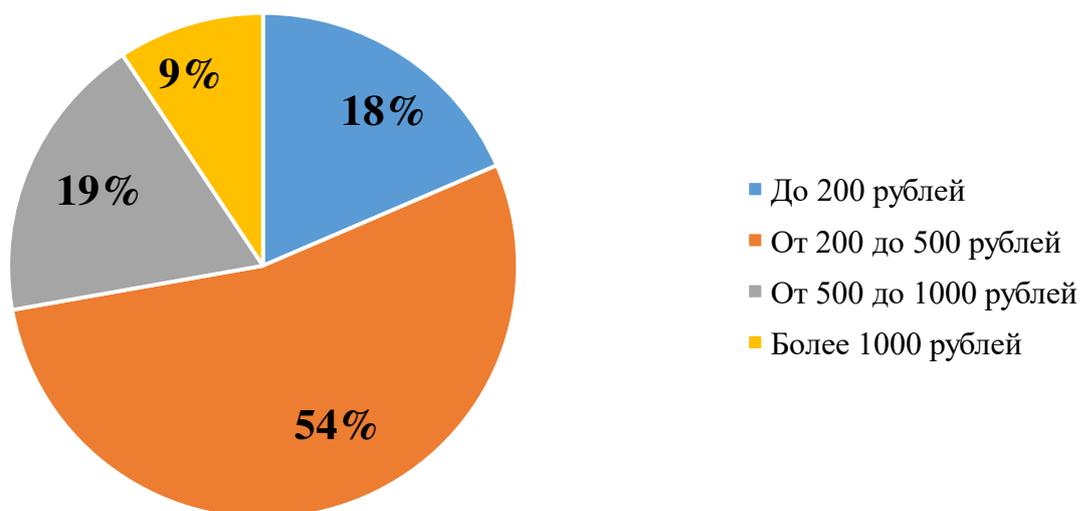
Какие предприятия общественного питания Вы чаще всего посещаете?



12) Какова средняя стоимость Вашего заказа (цена по чеку)?

- До 200 рублей
- От 200 до 500 рублей
- От 500 рублей до 1000 рублей
- Более 1000 рублей

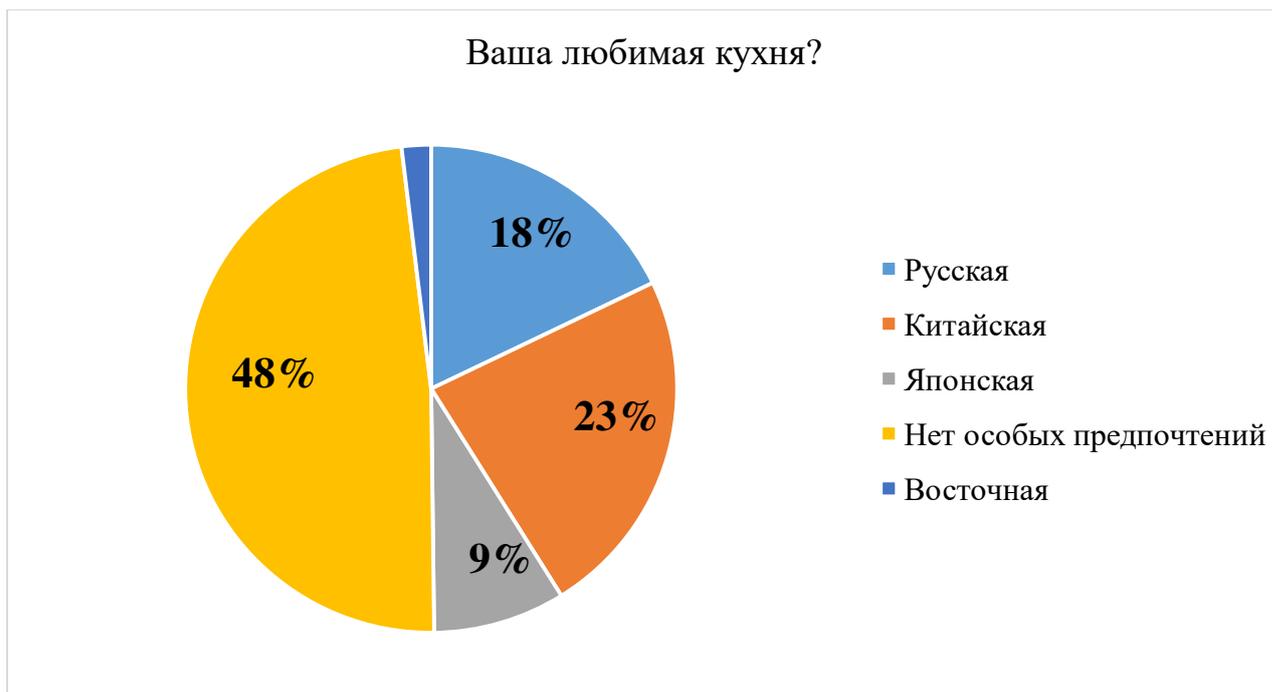
Какова средняя стоимость Вашего заказа (цена по чеку)?



Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

13) Ваша любимая кухня?

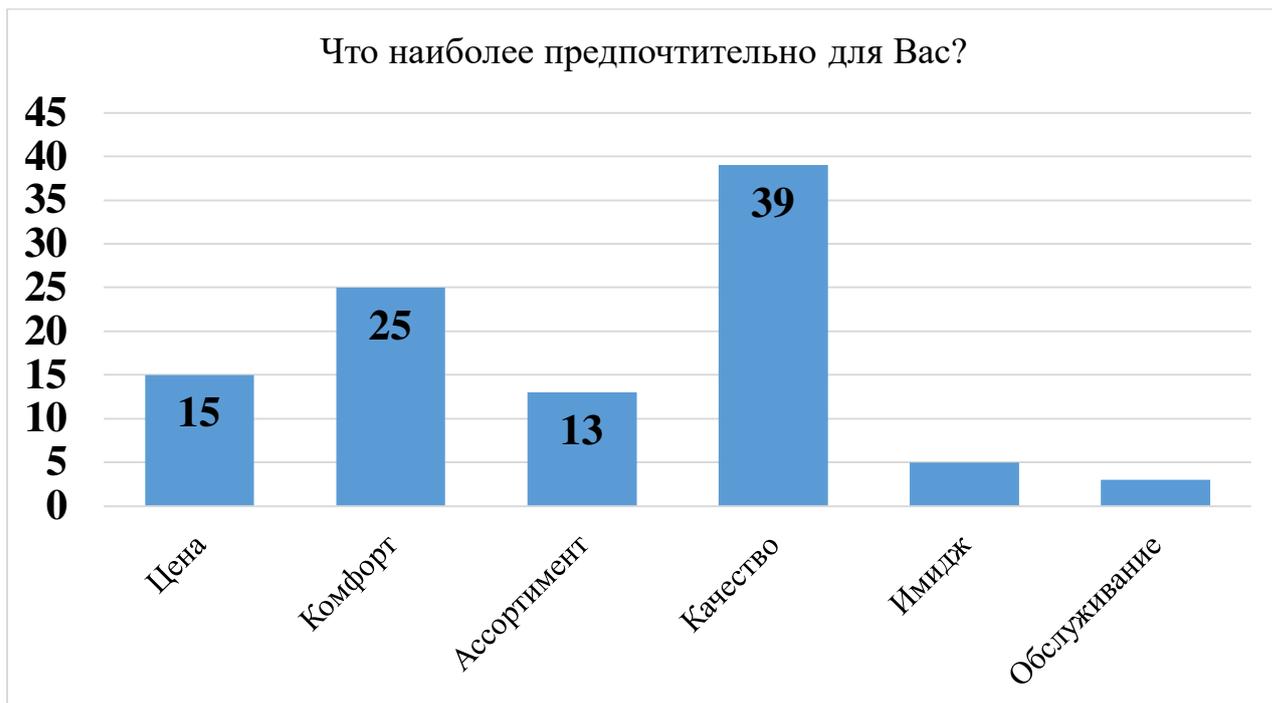
- Русская
- Китайская
- Японская
- Нет особых предпочтений
- Другое: _____



14) Что наиболее предпочтительно для Вас?

- Цена
- Комфорт
- Ассортимент
- Качество
- Имидж
- Другое: _____

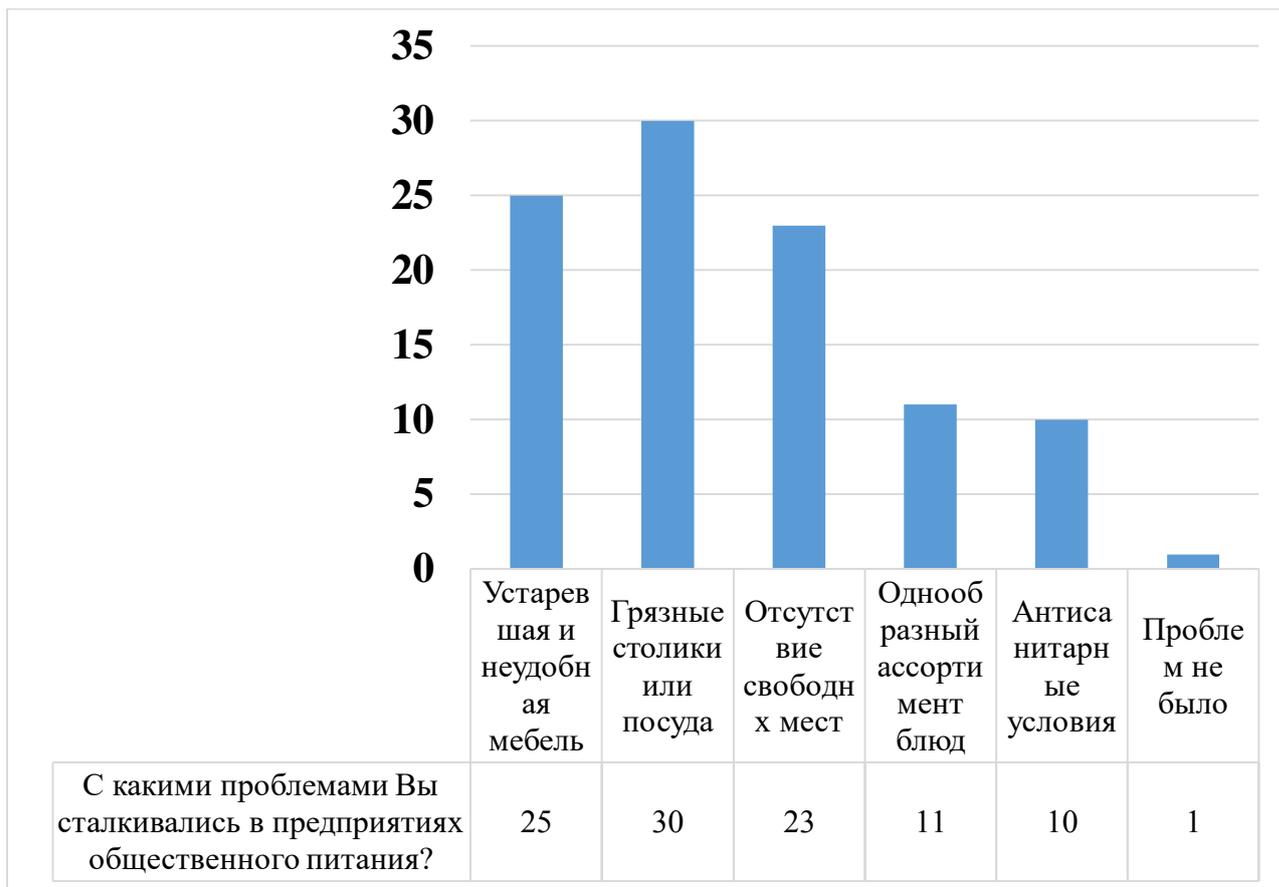
Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



15) С какими проблемами Вы сталкивались в предприятиях общественного питания?

- Устаревшая и неудобная мебель
- Грязные столики или посуда
- Неудовлетворительное электроснабжение, теплоснабжение, водоснабжение
- Отсутствие свободных мест
- Однообразный ассортимент блюд
- Плохая работа гардероба или его отсутствие
- Антисанитарные условия
- Другое: _____

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



16) Какое предприятие общественного питания города Благовещенска Вы считаете лучшим?

- Ресторан «Ани»
- Кит-Чен
- Пилзнер, чешская пивная
- Гастробар «Иволга»
- Бельэтаж
- Black Bear
- Romano
- Рюмочная «Пиплз»
- Другое: _____

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



17) По каким критериям оценки данное предприятие общественного питания является лучшим?

- Качество пищи
- Качество обслуживания
- Цена заказа
- Разнообразное меню
- Режим работы
- Местонахождение
- Интерьер и концепция
- Другое: _____

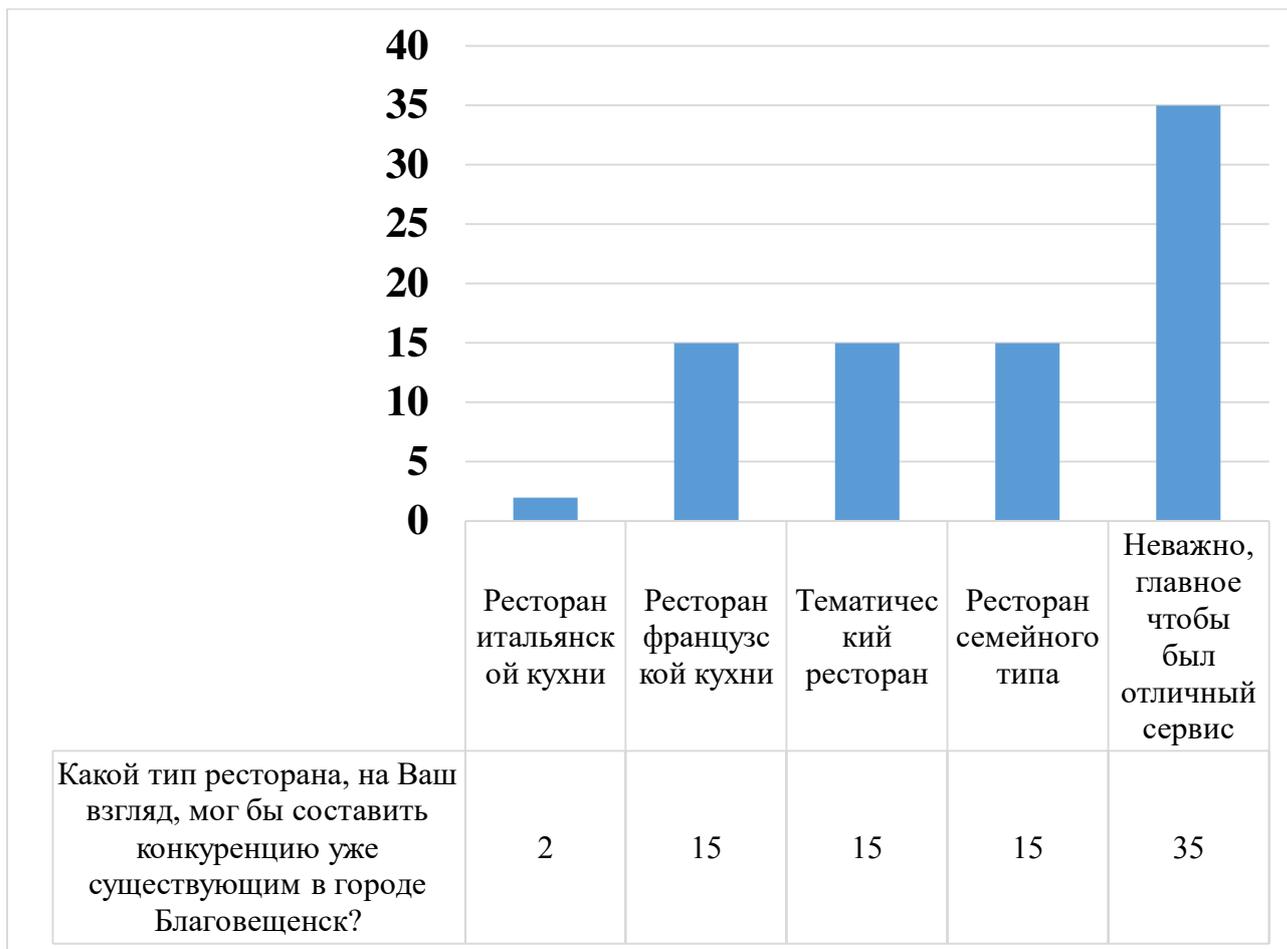
Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



18) Какой тип ресторана, на Ваш взгляд, мог бы составить конкуренцию уже существующим в городе Благовещенске?

- Ресторан итальянской кухни
- Ресторан французской кухни
- Тематический ресторан
- Ресторан семейного типа
- Неважно, главное чтобы были отличное качество пищи и хороший сервис
- Другое: _____

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В



19) Что на Ваш взгляд можно улучшить в работе предприятий общественного питания? 27 ответов

- Качество обслуживания
- Качество
- Обслуживание
- Квалифицированный персонал, качество продукции
- Уровень обслуживания и качество блюд
- Качество работы, больше специалистов
- Людей
- Уровень профессионализма поваров
- Качество
- Качество продукции
- Все устраивает

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

- Меню
- Сервис
- Доступная цена
- Веэливость и скорость
- Имидж персонала, особый подход к клиентам, возможно тематические роли официантов
- Клиентоориентированность
- Стандарты обслуживания
- Персонал
- Скорость подачи заказа
- Чистоплотность
- Качество пищи и чистоту в зале и на кухне
- Разнообразие еды
- Бесплатный вай фай, красивые официантки ну и конечно же низкие цены