

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 13:14:53
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания
по выполнению практических работ
по дисциплине «Ресторанное дело»
для студентов направления подготовки
19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Направленность (профиль) Технология и организация ресторанного дела

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 2022

Содержание

Предисловие	2
1. Наименование и содержание проведения практических занятий	3
Рекомендуемая литература	39

Предисловие

Ресторанное дело как учебная дисциплина даёт представление о процессе функционирования деятельности службы питания в индустрии гостеприимства.

Целью освоения дисциплины «Ресторанное дело» является выявление элементов, которые имеют принципиальное значение для успеха предприятия питания и раскрыть их взаимосвязи. Менеджер службы питания должен уметь скоординировать взаимодействие трех элементов: посетителей, функциональную деятельность предприятия питания (предлагаемый набор блюд и напитков, физические параметры и операции заведения) и персонала. Задача ресторанного оператора — управлять этими тремя элементами таким образом, чтобы клиенты были полностью удовлетворены.

Задачами освоения дисциплины «Ресторанное дело» является формирование знаний, умений и навыков по следующим направлениям деятельности:

- изучение гостиничного и ресторанного сервиса, услуг предприятий общественного питания гостиничных комплексов;
- изучение нормативной и технической документации;
- изучение рекомендаций по составлению сбалансированных рационов питания для туристов;
- изучение рекомендаций по питанию детей в туристских учреждениях;
- изучение ключевых факторов, влияющих на рост бизнеса и определяющих успешность заведения и финансовых основ ресторанной индустрии;
- изучить формирование и последовательное прохождение потока продуктов питания и напитков через все операционные участки ресторана — от поставщиков до конечного потребителя;
- изучить эффективные процедуры закупки, приемки, хранения и отпуска продуктов питания, напитков и прочих продуктов, обеспечивающих функционирование ресторана, а также отмечаются наиболее важные производственные и обслуживающие системы с точки зрения наиболее эффективного контроля затрат;
- сформировать общие представления технологическому кухонному оборудованию и элементам интерьера ресторанного зала, обслуживанию и ремонту технологического кухонного оборудования, а также комплексной программе энергосбережения;
- анализировать важность обеспечения должного санитарно-гигиенического состояния и безопасности питания.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Наименование практических занятий

№ Темы дисциплины	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
8 семестр			
1	Характеристика и классификация предприятий общественного питания Функции предприятий общественного питания. Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания. Классификация предприятий питания в зависимости от характера их деятельности. Классификация предприятий питания в зависимости от типа. Факторы, определяющие тип предприятия питания. Характеристика и классификация ресторанов, баров, кафе, кофеен, кафетериев.	1,5	
2	Особенности организации ресторанной деятельности в гостиничном бизнесе Особенности организации ресторанной деятельности в гостиничном бизнесе. Особенности финансовой деятельности ресторанов при гостиницах. Маркетинговая политика управления отелем в отношении ресторанной деятельности.	1,5	
3	Виды меню Назначение меню. Типы меню. Характеристика меню табльдот, основные характеристики, разновидности. Характеристика меню а ля карт.	1,5	
3	Меню напитков Меню напитков. Общие правила подачи вин.	1,5	
2	Планирование меню Содержание меню. Дизайн ресторанного меню. Размещение наименований блюд в карте меню. Словесное описание. Меню и цены.	1,5	
2	Мерчендайзинг меню Виды мерчендайзинга меню. Настенные дисплеи Плакаты. Напольные стенды. Вкладыши. Планшет-палатки.	1,5	
4	Философия и методы ценообразования в меню Ценообразование. Философии ценообразования. Методы ценообразования. Ценообразование путем наценки. Ценообразование на основе себестоимости. Фактическое ценообразование. Метод валовой наценки или валовой прибыли. Метод базовой цены. Оценка совокупной эффективности меню.	1,5	
5	Анализ меню Анализ меню. Прибыльность и популярность. Оценка эффективности меню.	1,5	
6	Способы организации производства продуктов питания Основные элементы процесса производства продуктов питания. Традиционный метод производства. Традиционное производство с использованием полуфабрикатов. Централизованные методы производства.	1,5	
6	Способы организации производства напитков Ассортимент алкогольных и безалкогольных напитков. Способы производства и подачи алкогольных и безалкогольных напитков.	1,5	
6	Организации производства продукции общественного питания с использованием охлаждения Основные принципы метода организации производства продукции общественного питания с использованием охлаждения.	1,5	
6	Организации производства продукции общественного питания с использованием замораживания. Су-вид Основные принципы метода организации производства с использованием замораживания. Су-вид	1,5	

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

	Технологический производства продукции с последующим охлаждением. Су-вид (Sous vide) .		
7	Организация закупки и приемки продуктов Жизненный цикл управления рестораном. Обязанности менеджера по закупкам. Задачи службы снабжения. Этапы процедуры закупки. Критерии выбора поставщика. Методы закупки товаров. Покупка по контракту или тендеру. Метод закупки «кэш-энд-кэрри»: преимущества и недостатки. Особенности закупки напитков	1,5	
7	Организация хранения продуктов Хранение. Отпуск продуктов питания со склада ресторана. Контроль запасов.	1,5	
8	Продвижение ресторана Этапы процесса продвижения ресторана. Особенности существующих методов составления бюджета на цели продвижения. Ключевые компоненты успешного стимулирования продаж: мерчандайзинг и PR-кампания	1,5	
8	Реклама как инструмент продвижения ресторана Функции рекламы. Критерии отбора медиасредств для рекламы ресторана. Степень эффективности разных медиасредств.	1,5	
9	Классификация методов обслуживания и их характеристика Существующие методы организации обслуживания при подаче блюд классифицируют по следующим категориям: самообслуживание, обслуживание официантами; предоставление специальных услуг	1,5	
9	Формы ресторанного обслуживания Семейный, или английский, тип обслуживания. Порционный, или американский, тип обслуживания. Французский тип, или обслуживание за столом. Русский тип обслуживания. Буфетное обслуживание	1,5	
9	Организация банкетов с частичным обслуживанием официантами Подготовка к проведению банкета и обслуживание. Банкет-прием с полным обслуживанием официантами. Банкет-прием с полным обслуживанием официантами. Банкет-чай Фуршет. Коктейль	1,5	
9	Организация банкетов с полным обслуживанием официантами Подготовка к проведению банкета и обслуживание. Банкет с частичным обслуживанием официантами.	1,5	
	Итого за 8 семестр	30,0	
	Итого	30,0	

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1

Тема: **Характеристика и классификация предприятий общественного питания**

Цель работы: формирование представления о классификации предприятий питания и требований к ним

Оцениваемые компетенции: ПК-1, ПК-2

Питание является одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Туристская индустрия питания включает в себя рестораны, кафе, бары, столовые, фабрики-кухни, фабрики заготовочные, буфеты, шашлычные и удовлетворяет физиологическую потребность туриста в пище. Данные предприятия могут находиться как в собственности туристских фирм, так и в собственности большинства из них встроено в туристско-гостиничный блок, и работают в автономном (самобытном) режиме под названием обществен

Общественное питание одной из первых отраслей народного хозяйства встало на рельсы преобразования, приняв груз острейших проблем переходного периода на рыночные отношения. Быстрыми темпами прошла приватизация предприятий, изменилась организационно-правовая форма предприятий общественного питания. Появилось большое количество частных малых предприятий. Многие предприятия общественного питания являются чисто коммерческими, но наряду с этим развивается и социальное питание: столовые при производственных предприятиях, студенческие, школьные столовые. Появляются комбинаты питания, фирмы, которые берут на себя задачи организации социального питания.

Предприятия общественного питания выполняют три взаимосвязанные функции:

производство кулинарной продукции;

реализация кулинарной продукции; организация ее потребления.

Тип предприятия общественного питания определяется характерными особенностями обслуживания, ассортиментом реализуемой кулинарной продукции и номенклатурой предоставляемых потребителям услуг. При определении типа предприятия учитывают следующие факторы:

ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления

техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение, оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочное решение)

методы обслуживания

квалификацию персонала

качество обслуживания

номенклатуру предоставляемых потребителям услуг

Класс предприятия общественного питания определяется совокупностью отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующих качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

Услуга общественного питания - результат деятельности предприятий и граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей потребителя в питании и проведении досуга. Процесс обслуживания — совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации кулинарной продукции и организации досуга.

Качество услуг должно удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям потребителей. Услуги общественного питания должны отвечать требованиям безопасности и экологичности, целевому назначению и предоставляться потребителям в условиях, отвечающих требованиям действующих нормативных документов. В процессе обслуживания потребителей комплекс услуг должен соответствовать типу предприятия. При оказании услуг должно быть учтено требование эргономичности, т.е. соответствие условий обслуживания гигиеническим, антропометрическим, физиологическим потребностям потребителей. Соблюдение требований эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания.

Предоставляемая услуга должна отвечать требованиям эстетичности. Эстетичность характеризуется гармоничностью архитектурно-планировочного решения помещений предприятия, а также условиями обслуживания, в том числе внешним видом обслуживающего персонала, сервировкой стола, оформлением и подачей кулинарной продукции. Потребитель должен получать полное, достоверное и своевременное информирование о предоставляемой услуге.

Основная услуга общественного питания - *услуга питания*. Услуга питания представляет собой услуги по изготовлению кулинарной продукции и созданию условий по ее реализации и потребления в соответствии с типом и классом предприятия, и подразделяются на следующие:</

организацию питания и обслуживания участников конференций, совещаний, культурно-массовых мероприятий и т.д.;

доставку кулинарной продукции и кондитерских изделий и обслуживание потребителей в офисах и на дому;

обслуживание потребителей в пути следования пассажирского транспорта;

обслуживание в номерах гостиниц;

организацию рационального комплексного питания и

др.;

В ресторанах, барах большое внимание уделяется организации услуги досуга. Услуги по организации досуга включают:

организацию музыкального обслуживания;

организацию проведения концертов, программ варьете;

предоставление газет, журналов, настольных игр, игровых автоматов, бильярда.

Оказываются услуги по организации досуга клиентов предприятий общественного питания (например, проведение концертов, программ варьете ресторана) консультация шеф-поваров по приготовлению оригинальных и изысканных блюд, консультация диетсестры по вопросам меню при различных заболеваниях в диетических отделениях и столовых.

Культура обслуживания - один из основных критериев в оценке деятельности работников общественного питания. К основным факторам, определяющим культуру обслуживания, относятся наличие современной материально-технической базы, виды и характер предоставляемых услуг, ассортимент и качество выпускаемой продукции, внедрение прогрессивных форм обслуживания, уровень рекламно-информационной работы, профессиональное мастерство работников общественного питания. Культура обслуживания на высоком уровне повышает конкурентоспособность предприятия, что очень важно при рыночных отношениях.

Рестораны и бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяют на три класса -люкс, высший, первый, которые должны соответствовать следующим требованиям :

'люкс - изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей — для баров;

"высший " - оригинальность интерьера, выбор услуг, комфортность, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей — для баров;

"первый" - гармоничность, комфортность и выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий, напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления, в т.ч. заказных и фирменных - для баров.

Классификация предприятий питания в туризме выполняется по многим признакам, которые приведены ниже.

В зависимости от обслуживаемого контингента предприятия могут работать с постоянным контингентом), такое предприятие питания находится при гостинице, санатории), с переменным контингентом (городской ресторан).

В зависимости от метода обслуживания различают предприятия, в которых потребители обслуживаются официантами; предприятия самообслуживания, предприятия смешанного обслуживания. Предприятия питания различаются также по полноте технологического цикла, объему и характеру услуг, виду питания, режиму работы, времени функционирования и другим признакам.

По аналогии со средствами размещения туристов предприятия питания классифицируются в зависимости от культуры и качества обслуживания, а также кухни и ассортимента предлагаемых блюд, числа посадочных мест, режима работы, формы обслуживания посетителей.

Большой популярностью у туристов пользуются рестораны. Они подразделяются на 2 большие группы: классические и быстрого обслуживания.

Классические рестораны. Важнейшим признаком первоклассных ресторанов является стремление к индивидуальности. Их неповторимый облик дополняется роскошным внутренним убранством и изысканной кухней.

Рестораны быстрого обслуживания. Получили широкое распространение в наше динамичное время. Родоначальником быстрого способа удовлетворения самых приятных физиологических потребностей человека стали США, где еще в 1634 году в Бостоне открылась одна из первых таверн, предложившая богатый выбор готовых блюд.

В международной тур практике питание, как правило, связывается с размещением. Его стоимость, наряду с проживанием, входит в гостиничный тариф. Турист может выбрать номер в комплексе с трехразовым, двухразовым или одноразовым питанием. Многие отели работают по европейскому плану. Он представляет собой гостиничный тариф, определяемый на основе стоимости размещения без учета питания, кухню и заказываемые блюда.

Имеют место также различия в форме обслуживания: свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню, обслуживание по единому для всех клиентов меню без права выбора блюд, «Шведский стол» - свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

Для развлечения посетителей комфортабельные предприятия питания приглашают музыкантов, артистов. На балансе предприятия могут числиться: магазины, подсобные хозяйства.

В зависимости от способа обслуживания различают предприятия: обслуживаемые официантами, самообслуживания, смешанного обслуживания. Система общественного питания образуется ресторанами различной классности, барами, кафе и столовыми, пунктами быстрого питания, удовлетворяющими потребности посетителей туристского центра или региона. Вид питания всегда указывается в составе туристских услуг: завтрак, полу пансион, полный пансион:

полный пансион (fullboard- F/B): 3-разовое питание в день (завтрак, обед и ужин);

полупансион (halfboard- H/B): 2-разовое питание (завтрак + обед или завтрак + ужин);

только завтрак (bedandbreakfast- B/B).

В вариантах дорогого обслуживания

В общем случае принято, что турист с утра должен непременно принять легкую пищу, т.е. завтрак. Поэтому обычно большая часть гостиниц имеют пункты питания или рестораны и предоставляет такую услугу, которая считается столь неотъемлемой частью услуг гостеприимства, что часто просто включается в стоимость размещения (bedandbreakfast). Показатель наличия посадочных мест в ресторане при гостинице весьма существен. Лучше всего, если это количество соответствует количеству мест полной загрузки номерного фонда.

В отношении завтрака будет наилучшим, если турист не будет покидать гостиницы, хотя есть средства размещения, где пункты питания не предусматриваются, а туристам рекомендуется питаться в ближайшем ресторане. Но в этом случае стоимость услуг размещения резко понижается.

1. Функции предприятий общественного питания.
2. Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания.
3. Классификация предприятий питания в зависимости от характера их деятельности.
Классификация предприятий питания в зависимости от типа.
4. Факторы, определяющие тип предприятия питания.
5. Характеристика и классификация ресторанов, баров, кафе, кофеен, кафетериев.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 2

Тема: **Особенности организации ресторанной деятельности в гостиничном бизнесе**

Цель работы: *формирование*

казывают, что доля прибыли, полученная от продажи продуктов питания и напитков является существенным источником дохода для большинства отелей. Стремясь к увеличению прибыли, многие отельеры следующие варианты развития бизнеса.

Первый - это аутсорсинг. Благодаря аутсорсингу, отель сдает в аренду помещение ресторана управляющей компании, который, в свою очередь, обслуживает не только гостей отеля, но и местных жителей. Крупные кейтеринговые компании имеют специализированные отделения, специализирующиеся на аутсорсинге ресторанов.

Второй вариант для управления отелем - модернизация и переоборудование ресторан. Это может быть дорогостоящим сначала, но преимущества могут перевесить «френту», получен

Меню — это перечень блюд, которые предлагает ресторан. Однако этим роль меню не ограничивается. Во-первых, это своеобразное соглашение с клиентом, подтверждающее, что заведение готово предоставить ему все то, что значится в меню. В меню как минимум должны быть указаны названия всех блюд, основные их ингредиенты и способ приготовления. Во-вторых, меню несет и существенную маркетинговую нагрузку. В качестве инструмента мерчандайзинга меню призвано решить ряд задач. Грамотно составленное, хорошо оформленное меню с разумными ценами способно само по себе увеличить среднюю сумму чека, стимулировать продажи рекламируемых блюд, а заодно добавить благоприятный штрих к общей атмосфере заведения.

Представленный NRA прогноз на 2005 г. Выделяет следующие тренды, влияющие на состав меню

трудняет поддержание постоянного необходимого запаса. Винная карта может напоминать небольшую книгу, часто составляющую 15-40 страниц в объеме. Из-за высокой стоимости печати и большого меню оформляют в качественную обложку, а внутреннее содержание компонуют таким образом, чтобы отдельные страницы могли быть обновлены по мере необходимости и заменены. В практику много ресторанов входит дать краткое описание основных видов вина и его происхождение. Диапазон цен для этого типа меню высок из-за качества продукции. В штат таких ресторанов обычно входит высококвалифицированный сомелье [22].

Спиртные напитки должны быть представлены в меню в следующем порядке:

Практика подачи блюд с определенным видом вина сегодня наблюдается недостаточно часто, кроме самых официальных случаев или для специального гастрономического мероприятия.

Выбор вина клиентом очень индивидуален, и некогда традиционные правила того, какие вина следует подавать только с определенной пищей, не всегда соблюдаются сегодня.

Ниже перечислены некоторые принятые аспекты этой практики, которые выдержали испытание временем и широко практикуются сегодня:

1. Легкие и деликатные вина употребляются перед более полными винами, более простые вина подаются перед винами высшего качества и молодые вина подаются перед старыми вина

предлагаются первые блюда в широком ассортименте. Для традиционного полного а ля карт разделы меню разделены на 10 групп. Существует установленный порядок последовательности расположения меню и блюд, который по традиции соблюдается.

Последовательность расположения закусок, блюд и напитков в меню

I. Фирменные закуски,
блюда и напитки

II. Холодные блюда и
закуски

Икра зернистая лососевых и осетровых рыб
Рыба малосольная (семга, лососина с лимоном)
Рыба соленая (копченая)
Рыба отварная
Рыба заливная
Рыба под маринадом
Рыба под майонезом
Рыбная гастрономия и закусочные консервы
Сельдь натуральная, с гарниром, рубленая
Нерыбные продукты моря
Свежие овощи натуральные
Салаты и винегреты
Мясная гастрономия
Мясо отварное, заливное
Мясо жареное
Птица и дичь холодные
Закуски из овощей и грибов
Кисломолочные продукты

III. Горячие закуски

Рыбные и из нерыбных продуктов моря
Мясные
Из субпродуктов
Из птицы и дичи
Овощные и грибные
Яичные и мучные

IV. Супы

Прозрачные
Заправочные
Пюреобразные
Молочные
Холодные
Сладкие

V. Вторые блюда

Рыба отварная и припущенная
Рыба жареная
Рыба тушеная и запеченная
Блюда из котлетной (из рыбы) массы
Мясо отварное и припущенное
Мясо жареное
Мясо в соусе
Мясо тушеное и запеченное
Субпродукты жареные
Блюда из рубленого мяса и котлетной массы
Птица отварная, припущенная
Птица фаршированная
Птица и дичь жареные
Блюда из тушеной птицы
Блюда из рубленой птицы

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

	Блюда из овощей (отварных, припущенных, жареных, тушеных)
	Блюда из круп, бобовых, макаронных изделий, мучные
	Блюда из яиц и творога
VI. Сладкие блюда	Горячие (суфле, пудинги и др.)
	Холодные (компоты, кисели, желе и др.)
VII. Горячие напитки	(чай, кофе, какао, шоколад и др.)
VIII. Холодные напитки и соки	(из фруктов и ягод, коктейли безалкогольные)
IX. Мучные и кондитерские изделия	(пирожные, торты, кексы)
X. Хлеб	(

чение гостей. Цвет, дизайн, содержание и описания блюд играют свою роль в убеждении посетителей, чтобы войти в помещение.

Меню является ключевым инструментом продаж вместе с обслуживающим персоналом, который продвигает прибыльные блюда и напитки. Оно помогает созданию темы или стиля, способствует творчеству и выражению как для работников кухни, так и для обслуживающего персонала. Правильное меню обеспечивает доход ресторана и повышает прибыль при грамотном управлении.

Крайне важно, чтобы меню точно и честно отражало продаваемый продукт питания и напиток, чтобы максимально соответствовать ожиданиям клиентов.

Эффективность, с помощью которой меню продается клиентам, может повлиять на спрос на использование продуктов

ствуется вариант одной цены — когда по фиксированной цене предлагается набор блюд (комплексный обед). Здесь все просто. Однако следует учитывать, что, поскольку блюда разной себестоимости предлагаются по одной и той же цене, валовая прибыль будет зависеть от того, какие блюда выбраны. Если клиент выбирает блюда, приготовление которых требует больших затрат, валовая прибыль соответственно будет меньше. Оператору следует заранее обдумать этот момент и, предположим, компоновать комплексные предложения так, чтобы в каждом содержались блюда примерно одинаковой себестоимости. Такой способ обозначения цен обычно предпочитают дешевые рестораны с ограниченным ассортиментом блюд.

Рестораны верхнего ценового сегмента предпочитают *à la carte*. Эффект строится на том, что изначально клиент, изучая цены на основные блюда, приходит

блюдо на четыре основные группы (каждая - с наименьшими и наибольшими объемами спроса (продаж), прибылью и другими показателями), а затем оптимизация меню на основе сравнительного анализа.

Метод Миллера, разработанный в 1980 году, предполагает следующую матрицу: вертикальная ось координат - объем продаж, горизонтальная ось координат - себестоимость (в процентах). Лучшими ("лидерами") признаются блюда с наименьшей себестоимостью и большим спросом (объемом продаж).

В 1982 году профессором Вашингтонского университета Доналдом Смитом в учебном курсе "Инжиниринг меню" была предложена схема, состоящая из четырех позиций, оценивающих каждое блюдо в меню. Блюда, занимающие наилучшую позицию, называют

следования по разработке нового технологического оборудования. Новые технологии позволяют более эффективно планировать производственные системы.

Требования производственной системы должны быть четко определены в отношении типа продуктов питания, которые должны быть приготовлены и поданы на требуемый рынок по правильной цене. Выбор различных видов оборудования и расчет всех площадей помещений должны быть полностью обоснованы, как и организация работы кухонного персонала.

Производство продуктов питания в индустрии гостеприимства должно рассматриваться как операционная система. Целый ряд различных производств могут использовать этот подход, потому что ключевые элементы сосредоточены на процессе, способе приготовления, обработки, хранения и подачи пищи.

Основные элементы процесса производства

- ✓ высокое качество
- ✓ высокие конкурентные преимущества
- ✓ высокие отзывы потребителей
- ✓ низкая стоимость

Из вышеперечисленных целей формируются следующие задачи службы снабжения:

1. Поддержание достаточного уровня запасов, который предотвращает отсутствие какой-либо позиции в меню, имеет решающее значение для хорошего управления.
2. Свести к минимуму инвестиции. Необходимо найти рациональное соотношение между объемом инвестиций и уровнем запасов, обеспечивающем непрерывный поток продукции.
3. Поддержание качества.
4. Получить максимально возможную низкую цену при приемлемом уровне качества</

8. Передача товаров в помещения для хранения.

Закупка не является отдельным видом деятельности. Что, как и когда закупается, должно всегда отражать общие цели предприятия.

Эффективная стратегия закупочной деятельности конкурентоспособного предприятия состоит из пяти пунктов:

- ✓ Правильный продукт
- ✓ Правильное качество
- ✓ По правильной цене
- ✓ В нужное время
- ✓ От правильного поставщика.

4. Выбор поставщика и непрерывность цепочки поставок

В условиях жесткой конкуренции в

Цена и качество. В то время как цена, уплачиваемая за товары, важна, решение о покупке принимается на основании соотношения цены и качества. Существенным для любого бизнеса является непрерывность поставок и построение устойчивых отношений с поставщиком, которые часто имеют большее значение, чем несколько процентов скидки за товар. Не всегда дешевый товар - самая выгодная покупка; часто дешевые продукты питания имеют низкое качество или же получены не из этического источника генетически модифицированного или имеют неорганическое происхождение. Это может противоречить общей политике ресторана.

Надежность поставки. Это способность поставщика соответствовать согласованным срокам поставки с покупателем. Быстрые поставки означают, что товары будут доставлены по мере необходимости и когда персонал сможет эффективно их проверять на количество и качество.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Ресторанное дело»

Направление подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного пи-
тания

Направленность (профиль) Технология и организация

Содержание

Введение	3
1. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Ресторанное дело»	3
2. План-график выполнения самостоятельной работы	4
3. Контрольные точки и виды отчетности по ним	4
4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала	5
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)	8
6. Список рекомендуемой литературы	9

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

