

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 19.09.2025 11:52:58

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58480412a28e198

**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 «РЕСТОРАННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

для студентов направления подготовки

19.03.04 Технология продукции и организация

общественного питания

Направленность (профиль) Технология и организация ресторанного дела

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Содержание

Предисловие	3
1. Наименование и содержание проведения практических занятий	4
Рекомендуемая литература	12

Предисловие

Ресторанный менеджмент как учебная дисциплина даёт представление о процессе функционирования деятельности службы питания в индустрии гостеприимства.

Целью освоения дисциплины «Ресторанный менеджмент» 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 ресторанный оператора — управлять этими тремя элементами таким образом, чтобы клиенты были полностью удовлетворены.

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

- изучение гостиничного и ресторанный 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 ресторанный зала, обслуживанию и ремонту технологического кухонного оборудования, а также комплексной программе энергосбережения;
- анализировать важность обеспечения должного санитарно-гигиенического состояния и безопасности питания.

Наименование практических занятий

№ темы	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Интерактивная форма проведения
4 семестр			
	Раздел 1. Общая характеристика предприятий питания и анализ меню		
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	
	Итого за 4 семестр	4,5	
	Итого	4,5	

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 на правах аренды. Большинство из них встроено в туристско-гостиничный блок, и является их частью, реже данные предприятия работают в автономном (самобытном) режиме и являются компонентами огромного комплекса под названием общественное питание .

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:

- питание;
- изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий;

организация потребления и обслуживания;
реализация кулинарной продукции;
организация досуга;
информационно-консультативные;
организацию и обслуживание торжеств, ритуальных мероприятий;
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.

По признаку связанности управления различают предприятия, объединенные в цепи, и работающие самостоятельно. К крупнейшим ресторанным цепям США относят МакДональдс (с числом предприятий 9460), Бургер Кинг.

В зависимости от ассортимента различают предприятия: комплексные, универсальные, специализированные.

Обобщенная классификация предприятий питания в туризме:

По типу предприятия: ресторан, кафе, бар, и т.д. *По виду собственности:* собственные, арендованные

По месту расположения: в составе туристско-гостиничного комплекса. В составе других средств размещения, автономные

По классности: люкс, высший, первый

По режиму обслуживания: завтрак, полу пансион, полный пансион, шведский стол, специальное питание, детское питание

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 может быть предусмотрена возможность питания и напитков (включая спиртные) весь день и даже ночь в любое время и в любом количестве.

Также определяются и градации плотности (по количеству) и часто калорийности предоставляемого питания. Имеются также различия в форме обслуживания:

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

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

"*шведский стол*", т.е. свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

Стоимость питания, включенного в цену пакета, уменьшается от первого к третьему пункту.

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.

Пища не просто является потребностью каждого человека, но и рассматривается туристами как развлечение и удовольствие. Питание разных народов и даже местностей имеет своеобразные особенности. Кроме того, хорошо угостить желанного гостя — приятная традиция, свойственная практически всем народам.

Для многих туристов национальная кухня является весьма занимательным элементом тура. Есть и специальные туры для гурманов, основу которых составляет систематизированное посещение различных ресторанов национальной кухни, изучение принципов гастрономии и приготовления особенных блюд, дегустация продуктов, посещение винных, пивоваренных и колбасных заводов и др. В исключительных случаях напряженной экскурсионной программы дневной рацион выдается туристам сухим пайком. В жарких странах туристам предусматривается значительное количество питьевой воды.

Организация питания должна учитывать и медицинские аспекты. Неправильное питание, плохо приготовленная (без соблюдения правил) пища может привести к отравлениям.

Там, до 60% туристов страдают диареей при посещении Египта и Индии. А особенно опасна питьевая вода и пища с рук на улице у мелких торговцев, а также в низкопробных

ресторанах. Следует учитывать и общепринятые ограничения у отдельных групп туристов по региональным признакам (не употребляют свинину, соблюдают пост), особые требования вегетарианцев, детское питание. Эти особенности в требованиях к питанию туристы должны указать при приобретении тура. При невозможности исполнения им следует отказаться от тура.

Территория предприятия общественного питания должна быть не только тщательно убрана, но также снабжена необходимым асфальтовым или декоративным покрытием. Подобные покрытия должны соответствовать оформлению территории туристского комплекса и препятствовать образованию луж, грязи, рытвин. Также существуют и другие требования к внешнему оформлению туристского комплекса. Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими посетителям ориентиро-

ваться в ТГК. В вестибюле на видном месте должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующая о присвоении ему определенного класса. Среди некоторых дополнительных требований можно выделить следующие:

при обслуживании организованных туристских групп по безналичному расчету рекомендуется на завтрак, обед и ужин предлагать скомплектованные рационы питания, составленные с учетом возрастного и национального состава туристской группы, энергетических затрат на маршруте. Повторяемость рациона питания для данной группы допускается не раньше чем через 10 дней, а блюд, включаемых в рационы, не менее чем через 4 дня. Меню скомплектованных рационов питания должно быть согласовано с руководителем группы;

предварительная сервировка столов приборами, столовой посудой с хлебом, холодными закусками и специями может быть использована во всех типах и классах предприятий только при обслуживании организованных групп по безналичному расчету;

продукты, используемые для приготовления блюд, должны иметь сертификат, подтверждающий отсутствие вредных для здоровья веществ (нитритов, нитратов и пестицидов), а также радиационных и микробиологических загрязнений, превышающих установленные нормы. В случае отсутствия сертификата проводится лабораторный анализ поступающих продуктов;

Контрольные вопросы.

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 представления о финансовой деятельности в ресторанах при гостиницах*

Оцениваемые компетенции: ПК-1, ПК-2

Ресторанную деятельность в гостиничном бизнесе можно описать как одну из самых сложных областей индустрии общественного питания из-за разнообразия предприятий, которые можно найти в любом отеле.

Различные типы услуг общественного питания, предоставляемых гостиницами, включают в себя: рестораны высокой кухни, специализированные рестораны, кафе, кафетерии и обслуживание в номерах, коктейль-бары, банкетные залы и рестораны для персонала. Кроме того, услуги общественного питания и бара предоставляются на прилегающих территориях отеля, таких как плавательные бассейны, оздоровительные комплексы, дискотеки и другие зоны отдыха, в холлах используются торговые автоматы.

Тип и разнообразие предприятий общественного питания в гостиницах будут в значительной степени зависеть от размера отеля. Небольшие отели до 30-40 номеров могут иметь бар и ресторан, который может предложить ограниченное обеденное меню или меню а ля карт. В средних отелях, вмещающих до 100 номеров, обычно есть бар и два

ресторана; они могут включать кофейню с меню табльдот и отдельного ресторана а ля карт. Бар в этом отеле может также предложить ограниченный выбор закусок. В настоящее время обслуживание в номерах на малых и средних предприятиях ограничено; удобства для приготовления чая и кофе в номере чаще всего предоставляются в качестве альтернативы. Крупные отели с несколькими сотнями номеров могут иметь самое большое разнообразие предприятий общественного питания - традиционный ресторан высокой кухни, специализированный ресторан, лаундж и коктейль-бары, несколько кофе, некоторые предлагают очень ограниченный выбор закусок, другие предлагают более существенные пункты меню, а также и в разной степени обслуживания в номере.

Различные типы предприятий общественного питания в гостиницах зависят не только от масштаба деятельности, но и от ее характера и рынка, на котором она осуществляется. Обычной среднестатистической курортной гостинице, например, где средняя продолжительность пребывания гостя может составлять 2-3 недели, может потребоваться большое количество разнообразных продуктов питания и напитков для удовлетворения меняющихся потребностей гостей во время отдыха. В то же время транзитному отелю, расположенному рядом с аэропортом, где средняя продолжительность пребывания гостя может составлять одну или две ночи, достаточно сравнительно ограниченного ассортимента продуктов. Что касается прогнозирования спроса в услугах питания в отелях, это тесно связано с загруженностью самих гостиниц. Постоянно растущая индустрия туризма как в Российской Федерации, так и за рубежом имеет тенденцию к увеличению спроса некоторые формы размещения в гостиницах, которые будут предоставляться туристам. Вместе с этим будет расти спрос на услуги питания в них.

Во многих отелях ресторан и круглосуточное обслуживание в номерах могут не являться значительным вкладчиком чистой прибыли, но имеют важное значение для того, чтобы отель получил оценку по четырем или пяти звездам с их участием в услугах, позволяющих значительно увеличить цены на жилье. При этом отель с большей вероятностью сможет увеличить свои общие доходы и показатели чистой прибыли. Следует отметить, что последние данные показывают, 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 ресторана. Это может быть дорогостоящим сначала, но преимущества могут перевесить «ренту», полученную путем аутсорсинга пространства. Например, одна из главных проблем, с которой столкнулись отели, заключается в том, что их рестораны будут расположены на среднем этаже, и гость должен будет пройти через стойку регистрации и воспользоваться лифтом, чтобы в конечном итоге найти. Многие потенциальные клиенты будут ходить мимо таких отелей и даже не подумают о попытке побывать в таком ресторане. Выходом в такой ситуации становится перенести ресторан на первый этаж с отдельным входом на улице и сделать его доступным для местных жителей отдельно от входа для гостей отеля.

Решающее значение для успешной конкуренции с городскими ресторанами имеют обновленное меню, а также высококвалифицированный и мотивированный персонал.

Особенности финансовой деятельности ресторанов при гостиницах. Средние расходы клиентов в гостиницах на услуги питания выше, чем на предприятиях общественного питания за пределами отеля. И в отношении ресторанов высокого класса в отеле, а также в менее дорогих торговых точках, таких как кафе средняя покупательская

способность гостиничного клиента может снова оказаться выше, чем в сопоставимых услугах, например, на главной улице города. Более высокие цены, взимаемые этими типами предприятий общественного питания, приводят к увеличению продаж на одного сотрудника и более высокой выручке в единицу времени. На предприятиях быстрого питания с более низкой средней покупательской способностью, необходимо увеличивать время работы для того, чтобы «добиться больших объемов продаж». В отелях низкобюджетные кафетерии могут оставаться открытыми по большей части несколько часов в день, а более дорогие рестораны могут работать только на обед и ужин, примерно 3 часа и 4-5 часов, соответственно. Такой подход способствует увеличению таких показателей как доход за час рабочего времени, продажи на одного сотрудника в час и т. д.

Маркетинговая политика отеля в отношении ресторанной деятельности должна изменяться в зависимости от сезона. Например, отель на прибрежном курорте может обслуживать в основном семьи и группы туристов в летние месяцы, в течение которых его заведения общественного питания могут быть полностью загружены. Однако в зимние месяцы этот рынок может быть недоступен, и поэтому отель может изменить свою маркетинговую политику и продвигать свои предприятия общественного питания в рамках предложения услуг по организации банкетов и конференций. Таким образом, производственные мощности отеля могут использоваться в течение всего года, обеспечивая последовательный доход и максимальное использование основного оборудования.

Контрольные вопросы.

1. Особенности организации ресторанной деятельности в гостиничном бизнесе.
2. Особенности финансовой деятельности ресторанов при гостиницах.
3. Маркетинговая политика управления отелем в отношении ресторанной деятельности.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 3

Тема: Виды меню

Цель работы: *формирование представления о типах и видах меню*

Оцениваемые компетенции: ПК-1, ПК-2

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 заведений общественного питания¹. Потребители все более восприимчивы к идеалам здорового образа жизни и сбережения здоровья, поэтому многие рестораны включают в меню блюда, соответствующие концепциям диетического или здорового питания; одновременно рестораны корректируют в сторону оздоровления и методы приготовления традиционных блюд.

В составе меню ресторанов увеличивается доля низкоуглеводных блюд.

Многие заведения предлагают и такое новшество, как специальное меню для детей, куда включены полезные для здоровья витаминные блюда.

Усиливается спрос на продукты питания местного производства и экологически безопасные продукты. Продолжается рост популярности таких напитков, как вино, кофе по специальной рецептуре, чай со льдом, бутилированная питьевая вода. Ресторанные операторы полного цикла обслуживания отмечают, что возрастает число закусок, вегетарианских салатов, порционных салатов, порционных овощей и фруктов.

Потребителем все больше овладевает кулинарное любопытство, готовность экспериментировать и открывать для себя новые кулинарные горизонты. В качестве подтверждения приводятся данные, согласно которым потребители, которым не доводилось отпробовать некоторых экзотических кушаний, указали, что были бы рады восполнить этот пробел. Вот рейтинг блюд, вызывающих у американцев наибольший интерес (в процентах — доля респондентов, желающих попробовать данное блюдо):

Контрольные вопросы:

1. Назначение меню.
2. Типы меню.
3. Характеристика меню табльдот, основные характеристики, разновидности.
4. Характеристика меню а ля карт.

Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Милл, Р.К. Управление рестораном : учебник / Р.К. Милл ; под ред. Г.А. Клебче. - 3-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 536 с.
2. Уокер, Д. Введение в гостеприимство : учебное пособие / Д. Уокер ; под ред. Л.В. Речицкая, Г.А. Клебче ; пер. В.Н. Егоров. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 735 с.

Дополнительная литература:

1. Тимофеенко, П.М. Взаимосвязь туристического бизнеса и сети общественного питания / П.М. Тимофеенко. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 167 с.
2. Крюков, Р.В. Ресторанный менеджмент. Конспект лекций : учебное пособие / Р.В. Крюков. - М. : А-Приор, 2009. - 107 с.
3. Кабушкин, Н.И. Управление гостиницами и ресторанами: учеб. пособие/ Н. И. Кабушкин - Минск: БГЭУ, 2009. – 416 с.