МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Уральский государственный экономический университет»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема: Совершенствование услуг питания в гостиницах

Институт непрерывного образования

Направление:
Гостиничное дело
Профиль:
Гостиничная деятельность
Кафедра: Туристического бизнеса и гостеприимства

Студент
Мишарин М.К.
Группа ГД-13
Руководитель
Старший преподаватель
Логинова Е.В.
Нормоконтролер Васильева Н.П.

Дата защиты:

Оценка:_____

Екатеринбург
2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....3

1 Организация услуг питания в современном гостиничном предприятии.....7

1.1 Специфика организации и развития услуг питания в сфере гостеприимства.....7

1.2 Особенности функционирования предприятий питания в гостинице 16

2 Организация услуг питания в гостиницах.....29

2.1 Характеристика гостиницы «Атриум Палас Отель».....29

2.2 Показатели экономической деятельности гостиницы.....37

2.3 Анализ организации услуг питания в гостинице «Атриум Палас Отель».....47

3 Совершенствование услуг питания в гостинице..... «Атриум Палас Отель» 56

3.1 Совершенствование услуги питания в гостинице «Атриум Палас Отель»……56

3.2. Организация выездного полного обслуживания ……60

Заключение.....65

РЕФЕРАТ

Дипломная работа, 80 с., 7 рис., 13 табл., 41 источник, 5 прил.

СЕРВИС, УСЛУГИ ПИТАНИЯ, ГОСТИНИЧНЫЙ СЕРВИС

Объект исследования: гостиница «Атриум Палас Отель»

Предмет исследования: услуги питания, предоставляемые в гостинице.

Цель дипломной работы: разработка и обоснование рекомендаций по совершенствованию услуг питания в гостинице «Атриум Палас Отель».

Эффективность рекомендаций – повышение лояльности гостей, доходности гостиницы.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы состоит в том, что в структуре каждого гостиничного предприятия имеются основные службы, такие, как служба приема и размещения, служба бронирования, служба общественного питания и т.д.

Индустрия гостеприимства является самым важным элементом социальной сферы. Она играет важную роль в повышении эффективности общественного производства, и соответственно, роста жизненного уровня населения. Важным элементом в гостиничном обслуживании являются услуги ресторанного хозяйства. Ни для кого не секрет, что гостиница - это не только место, где спят, но и место, где едят, как минимум завтракают.

Для большинства клиентов уровень отеля напрямую связан с качеством системы питания, на которую, к сожалению, сегодня приходится большая часть нареканий. Именно поэтому, так важно организовать грамотное функционирование ресторанной службы при гостинице.

Для этого необходимо разрабатывать стандарты обслуживания для каждого предприятия в отдельности, учитывая международные и национальные требования. Стандарты должны быть гибкими и отражать пожелания клиентов, в особенности постоянных, а также соответствовать концепции предприятия.

Сейчас довольно сложно выделить основные и дополнительные услуги отеля, поскольку хорошая гостиница - это совокупность определенного набора сервисов, тех или иных ценностей и общей корпоративной политики гостиницы. С точки зрения коммерческой выгоды, наибольшую прибыль приносит основной вид деятельности отельеров - сдача номерного фонда. Однако ресторанная служба является одной из тех критических точек, которые позволяют определить классность гостиницы. Предприятия ресторанного хозяйства обслуживают довольно разнообразный контингент посетителей - как отечественных, так и иностранных, как организованных,

так и индивидуальных. Для каждой категории потребителей нужные особенные методы и приёмы обслуживания. В процессе обслуживания туристов ресторанное хозяйство играет особенно важную роль и приобретает специфические черты, что позволяет считать ресторанное хозяйство в курортно-туристических центрах составляющей индустрии туризма. Характерной особенностью обслуживания туристов в гостиницах является предоставление им полного комплекса услуг (завтрак, обед, ужин).

Организация питания в гостиницах - очень важный фактор обслуживания посетителей гостиницы, который влияет на количество посетителей и загрузку гостиницы. Предприятия ресторанного хозяйства в гостиницах способствуют привлечению дополнительных доходов гостиницы. Очень важно правильно организовать деятельность ресторана в гостинице, чтобы посетителям было уютно и комфортно, и им снова и снова хотелось прийти и отдохнуть именно в этом ресторане.

Во всех гостиницах, независимо от их величины, существует подобное подразделение, входящее в состав службы питания и функционирующее в тесном контакте с производственным цехом, службой приема, бронирования и размещения, а также хозяйственной службой. О категории отелей часто судят по уровню обслуживания в номерах.

Служба «Room-Service» доставляет в номера практически все - напитки, легкие закуски, обеды и ужины из заказных блюд с винами, а также предметы, за которые не взимается плата и небольшие подарки гостям от отеля.

Цель данной работы: анализ организации услуг питания в гостинице и разработка мероприятий по совершенствованию услуги питания в гостинице «Атриум Палас Отель».

Проведение исследования по совершенствованию услуг питания в гостинице Атриум Палас Отель.

Таким образом, перед нами стоят следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты организации услуг питания в современном гостиничном предприятии;

- проанализировать процесс организации услуг питания в гостинице «Атриум Палас отель»;

- разработать необходимые мероприятия по совершенствованию услуг питания в гостинице «Атриум Палас отель»;

Объектом исследования является гостиница «Атриум Палас Отель»

Предмет исследования: услуги питания в гостинице «Атриум Палас Отель».

В работе использовались такие методы исследования как: метод статистического анализа, метод обобщения, аналитический метод, метод синтеза эмпирического материала, библиографический метод и другие общенаучные методы.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что в немалой степени комфорт проживания оценивается по качеству работы службы питания.

1 ОРГАНИЗАЦИЯ УСЛУГ ПИТАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ УСЛУГ ПИТАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Можно выделить три основные формы организации питания в гостиничном обслуживании:

1. Питание, оплачиваемое исключительно и только самим клиентом;

2. Питание, не включенное в цену номера;

3. Питание, предоставляемое за доп. плату.

Такая форма предоставления услуг питания клиентам гостиницы подразделяется на своеобразные подвиды. На практике выделяют следующие специальные «планы», которые касаются питания клиентов в гостиницах:

- Европейский план (European Plan, EP). Питание не включено в цена проживания. Этот план особенно обширно распространен в Соединенных Штатах Америки и большинства больших городов мира.

- Континентальный план (Continental Plan, CP). Стоимость проживания включает легкий "континентальный завтрак", который состоит из кофе, булочек, масла, джема и т.д.

- Бермудский план (Bermuda Plan, BP). Стоимость проживания включает полный "американский завтрак" в гостинице. Все другие трапезы не включены.

- Модифицированный американский план (Modified American Plan, MAP).

Стоимость проживания включает завтрак - "континентальный" (в Европе) или полный и ещё одну трапезу, как правило, ужин. Этот план обширно распространен на курортах Багамских и Бермудских островов, Карибского моря и Мексики. В Европе тот самый план обычно называют полупансионом.

- Американский план (American Plan, AP). Стоимость проживания включает завтрак, обед и ужин. В Европе тот самый план также называют полным пансионом. Как правило, BP и MAP предлагаются на популярных курортах.

Европейский план чаще используется в гостиницах, рассчитанных в основном на транзитных пассажиров и деловых людей. В некоторых гостиницах, на лиц, проживающих по плану MAP распространяются определенные ограничения в выборе блюд из меню. При этом за экзотичные или дорогие блюда, например: омаров, королевских крабов, лобстеров - приходится доплачивать.

Когда турист заказывает гостиницу или покупает тур, его обязательно спросят, хочет ли он снять номер только с завтраком либо с полупансионом или пансионом. В любом случае, если снимают номер в гостинице, будет предложен завтрак. Это входит в стоимость номера.

Данная служба в гостиничном хозяйстве осуществляет свои функциональные действия в автономном режиме, но подчиняется графику заезда туристских групп. В ее организационно - производственные обязанности входит не только обслуживание туристов, она обеспечивает проведение банкетов, презентаций, вечеров. Она формирует систему культуры питания и отдыха. Весь прейскурант служба питания доводит до потребителей в обязательном порядке.

Особенностью объектов службы питания является высокая степень надежности, что обеспечивает престижность гостиничного хозяйства, организационно - профессиональный уровень руководства данного подразделения. Служба питания при гостиницах – это обеспечение качественного приготовления пищи с ее разнообразным ассортиментом.

Данный характер сервиса призван дополнить собой многочисленные компоненты в развитии туризма. К таким компонентам, требующим взаимодействия, следует отнести: укрепление здоровья клиентов в единстве с культурой питания; сохранение устойчивого социального настроения;

формирование эффективных направлений образа жизни; совершенствование стимулов к познанию новых видов питания в соответствии с затратами и результатами [5].

Ресторанный сервис воспроизводит отношение с ориентацией на сохранение мобильно-устойчивого состояния посетителей – туристов. Как правило, ресторанный сервис в гостинично-туристском комплексе подчинен трем важнейшим задачам:

1) предоставить сбалансированное питание;

2) привлечь туристов к использованию дополнительных ресторанных услуг (формирование новых потребностей);

3) предоставить услуги по организации банкетных мероприятий с реализацией законов исключительного гостеприимства.

Решение поставленных задач позволяет достичь эффективного гибкого ценообразования; устранить поиск альтернативных объектов питания. Суммарность действий по выполнению задач позволяет поднять эффективность тура, гостиницы, расширить условия для клиентурного порядка, т.е. сохранить ожидаемые результаты, обеспечить возможность повторного посещения с увеличением спроса на места.

Обслуживающий персонал гостиничного (туристского) комплекса должен знать, что скученность в ресторанном зале, баре формирует условия к нервозности, т.к. радость посещения определяется широтой пространства. Ресторан – это место массового закусочного процесса, раскрытие специфических технологий по развитию вкуса, радости общения, увеличению впечатлений от поездки (путешествия), достижению стабильного психологического состояния, укреплению душевного порыва и радости мироощущения.

Работники ресторанного сервиса должны правильно организовать рассадку посетителей и создать атмосферу уюта при помощи различных инноваций в технологии обслуживания.

Ресторанный сервис – система эффективного развития сервисной деятельности, при которой достигается баланс между желанием и возможностями в осознании культуры питания. Ресторанный сервис в системе культурно-оздоровительных процессов придает форму устойчивой социальной психотерапии, для осознания полноценной радости жизни. Ресторанный сервис в единстве с туризмом укрепляет и ускоряет реабилитационные процессы, активизируя омолаживание организма.

В гостиничном комплексе для организации питания предусматривают рестораны, кафе, бары, буфеты. В многоэтажном здании рестораны располагают в нижних этажах, кафе и бары могут быть расположены выше и даже на последнем этаже, чтобы предоставить гостям возможность полюбоваться панорамой города.

Характеристика предприятий питания в средствах размещения:

Ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные блюда и изделия; алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные изделия, покупные товары, с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

Бар - предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, коктейли, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары.

Кафе - предприятие общественного питания по организации питания и (или без) отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции общественного питания , реализующее фирменные, заказные блюда, изделия и алкогольные и безалкогольные напитки.

Столовая - предприятие общественного питания общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная - Этот вид предприятий питания встречается в гостиницах чрезвычайно редко, это предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольной продукции.

Предприятие быстрого обслуживания - предприятие общественного питания, реализующее узкий ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, как правило, из полуфабрикатов высокой степени готовности [2].

Буфет - предприятие общественного питания, находящееся в жилых и общественных зданиях, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, и покупные товары.

Кафетерий - предприятие общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки (чай, кофе), прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, мучные булочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления, и покупные товары.

Кофейня - предприятие общественного питания, специализирующееся на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая, мучных блюд и мучных

булочных, и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности в ограниченном ассортименте, а также алкогольных напитков и покупных товаров.

Анализируя данные, предприятий питания в средствах размещения, можно сделать вывод, что основные различия между предприятиями общественного питания заключаются в ассортиментной политике руководства предприятия, способами обслуживания клиентов и оформлению интерьера, контингенте гостей, на которых рассчитано предприятие, от категории и оснащения. Рассмотрим несколько видов обслуживания применяемых в ресторанных. [16, с. 23]

1. Французский сервис – этот вид сервиса принят для ресторанов высокой кухни, где он подчеркивает высокий уровень комфорта. Большое блюдо с разложенной на ней пищей демонстрируется гостю. Подходя с левой стороны, официант накладывает заказанные блюда в заранее приготовленную для этого блюда посуду.

2. Английский сервис – с использованием специального приставного столика. При этом методе обслуживания официант сервирует тарелку гостя на приставном столике в зале ресторана у стола посетителя, затем подает ее с правой стороны.

3. Американский сервис – пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют уже сервированные тарелки гостям.

4. Немецкий сервис – еда раскладывается на большое блюдо и ставится на стол на доступном от гостя расстоянии. Дальше гость обслуживает себя сам.

5. Русский сервис – высший вид ресторанного сервиса, когда блюдо готовится официантом на тележке около столика гостей. Правда, обычно это только заключительное обжаривание в пламени спирта. Во Франции этот вид сервиса называют русским.

6. Шведский стол – гость сам себе кладет пищу на тарелку. При этом

возможны варианты: еда расположена на больших подносах или в подогреваемых поддонах; клиенты стоят в очереди к прилавку, за которым стоит повар.

Таблица 1 - Варианты организации питания

Варианты организации питания	Международное обозначение
Размещение без питания	RO
Размещение + завтрак	BB (гарни)
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 организации приема пищи – 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)

Разные виды сервиса предполагают и разное количество официантов. Так в среднем десять гостей на одного официанта приходится при французском сервисе и до 18 гостей при американском сервисе. Разные виды сервиса также предполагают и разное пространство за столом, для одного посетителя, - 75 см при французском сервисе и 60 см при американском.

Естественно, что все виды сервиса предполагают наличие таких дополнительных услуг, как гардероб, туалет, телефон, камера хранения. Наличие всех дополнительных услуг обязательно только для предприятий питания высшей категории. Плата за дополнительный сервис может быть включена в стоимость блюда, показана отдельно, или оставлена на усмотрение клиента.

Установление цены на блюда в принципе не отличаются от общих подходов к ценообразованию в рыночной экономике: считаются издержки (себестоимость продукта, расходы на труд, маржа прибыли) и добавляется желаемая прибыль.

Факторы, которые влияют на формирования цены, показаны на рисунке 1:



Рисунок 1 - Факторы, влияющие на стоимость блюд в меню [15, с. 78]

Если цена не превышает цены конкурентов или превышает не более чем на 10%, то цена будет конкурентоспособной, как и ресторан в целом. Естественно, что стоимость блюда также зависит от размера порции, уровня сервиса, престижность ресторана и т.п. Шведский стол обходится значительно дешевле других видов сервиса.

В настоящее время рынок услуг общественного питания динамически развивается (Рисунок 2):



Рисунок 2 – Динамика количества крупных предприятий общественного питания общедоступной сети

Как видно на диаграмме, за период с 2006 по 2015 год количество предприятий общественного питания выросло более чем вдвое.

Техника обслуживания в предприятиях туристского или гостиничного комплекса не отличается от обслуживания в общедоступных предприятиях. Особенностью является необходимость быстрого обслуживания практически всех, кто живет в гостинице, особенно участников съездов, конференций, совещаний, зарубежных гостей, туристов, спортсменов. Поэтому в таких ресторанах и кафе широко практикуют реализацию комплексных завтраков, обедов, а иногда и ужинов, прием предварительных заказов, накрытие столов-буфетов, чаще со смешанным ассортиментом изделий с включением гастрономических продуктов, нарезанных кусочками одинакового веса и красиво уложенных на блюдо; кисломолочных продуктов в бутылочной расфасовке, фруктов, пирожков, кондитерских изделий и др. Перечисленные изделия посетители могут выбирать в порядке самообслуживания. При наличии свободных мест ресторан при гостинице обслуживает не только проживающих в ней, но и других посетителей [6].

1.2 ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ

Во всех гостиницах особое внимание уделяется сервису завтраков. С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина, на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В этой связи необходимо уделять внимание следующим моментам:

– помещение, в котором организуется завтрак, должно быть чистым и хорошо проветриваемым;

– несмотря на раннее время (завтрак может начинаться уже с 6.00 часов), сотрудники должны быть бодрыми и проявлять активность;

– должен быть обеспечен бесперебойный процесс обслуживания [7].

Схема обеспечения питания туристов при гостиницах зависит от вида тура, категории туристов, соотношения мест размещения к посадочным местам питания и многих других факторов.

Система обеспечения питанием указывается в путевке, договоре и ваучере. Как правило, завтрак туристам предоставляют по схеме «шведский стол». В гостиницах более высоких категорий завтрак бывает заказным в кафе, буфете, ресторане или с подачей в номер. В номерах, оснащенных кухнями и мини-барами, завтрак готовится самостоятельно.

В зависимости от типа и класса предприятия питания, качество обслуживания достигается различными основными, дополнительными и сопутствующими услугами. Наряду с качественно приготовленными и эстетически оформленными блюдами и напитками, важную роль играет общая композиционная сервировка стола, подбор посуды и столовых приборов цветовая гамма скатертей, салфеток с фирменным знаком предприятия, наличие цветов, квалификация официантов, барменов, метрдотелей, безукоризненная чистота, красиво оформленное меню на

нескольких языках, общий интерьер зала, уют, звукоизоляция от улицы, мягкое регулируемое освещение и др.

В перечень дополнительных и сопутствующих услуг входят: варьете, оркестр, музыкальное сопровождение без оркестра, телевизор (по желанию клиентов), видеопрограммы, танцевальная площадка, возможность вызова такси или автомобиля напрокат, покупку сувениров, цветов, пользование Интернетом, различные спортивно-развлекательные услуги.

Ресторанный бизнес -это интегрированная сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией производства и управлением рестораном и направленная на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а также получение прибыли [2].

Человеку нужно не только поесть, но и пообщаться. Рестораны - это одни из немногих мест, где работают все органы чувств, которые генерируют общее чувство удовлетворения. Вкус, зрение, обоняние, тактильные ощущения объединяются в оценке кушаний, обслуживания и атмосферы ресторана.

Эффективная работа ресторана зависит от нескольких факторов. Как и любая сложная система, ресторан начинается с замысла его основателей и заканчивается контролем функционирования учреждения.

Главную роль в этом выполняет практическая философия его владельца и/или директора. Ее раскрывает подход к ведению бизнеса, который определяет этические и моральные ценности, что реализуются в процессе функционирования предприятия. Главная идея основателей ресторана - определять его кредо, и призвана максимально удовлетворять посетителей.

Основными тенденциями развития ресторанного бизнеса являются:

- создание ресторанами благоприятного имиджа для своих заведений;

- своевременные расчеты с поставщиками, от которых зависит лимит кредита и отношение самих поставщиков к данному ресторану;

- формирование положительного мнения о ресторане среди постоянных потребителей.

Сегодня успех ресторатора зависит от наличия хорошего менеджмента, современной кухни, наличия концепции ресторана, бара, безукоризненного сервиса, интересного интерьера и разумных цен. В будущем перспективное развитие получат маленькие недорогие рестораны и бары средней ценовой группы. Дорогих и элитных ресторанов и баров останется не так много.

Месторасположение - важнейший элемент ресторанного дела, не уделив внимания, которому не стоит рассчитывать на успех. Правильный выбор месторасположения позволяет определить, каким быть ресторану: демократичным или элитным. На большой площади обычно располагают демократичный ресторан. Залы могут размещаться на двух этажах. На маленькой площади размещают элитный ресторан с тем, чтобы обеспечить его окупаемость. Наличие парковки рядом с ним является обязательным. Выбору месторасположения предшествует демографический анализ района, в котором ресторан будет расположен [11].

Изучается возраст, род занятий, средний уровень дохода людей, регулярно бывающих поблизости и являющихся будущими потенциальными потребителями нового ресторана.

Должны быть тщательно изучены транспортные потоки. В местах, где велик поток пешеходов, располагают демократичные рестораны, например, трактиры и предприятия быстрого обслуживания.

Для классификации предприятий питания туристской индустрии используется ряд критериев:

- Характер торгово-производственной деятельности;
- Месторасположение;
- Контингент обслуживаемых клиентов (гостей);
- Ассортимент продукции (специализация);
- Вместимость;
- Форма обслуживания.

Ресторан (от фр. restaurer, восстановить, крепить) - заведение, которое продает готовую еду и напитки по заказу для употребления в пищу на месте. Ресторанный бизнес - предпринимательская деятельность за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, в области ресторанного дела [10].

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов обычно предполагаются следующие условия питания:

- полный пансион, т.е. трёхразовое питание (завтрак, обед, ужин) - fullboard (FB);

- полупансион, т.е. двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) - halfboard (HB);

- только завтрак, то есть одноразовое питание - bedandbreakfast (BB).

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) - allinclusive (все включено в стоимость).

В зависимости от того, входит ли стоимость питания наряду с размещением в гостиничный тариф, различают две основные системы обслуживания:

- по европейскому плану (europeanplan, EP) - гостиничный тариф, определяемый на основе стоимости размещения без учета питания. В этом случае точное время прибытия клиента в гостиницу не является принципиальным, т.к. не требуется дополнительных затрат гостиницы;

- по американскому плану (americanplan, AP). В гостиничный тариф входит стоимость трехразового питания. Также используют модифицированный американский план (modifiedAmericanplan, MAP) и континентальный план (continentalplan), при которых туристы могут выбрать номер в комплексе соответственно с двухразовым и одноразовым питанием.

Использование американского плана гостиничного обслуживания требует учета ряда организационных моментов. Так, в данном случае

чрезвычайно важна точная фиксация времени приезда и отъезда клиентов, т.к. от этого зависит осуществление привычных расчетов. С этой же целью на регистрационных карточках и гостиничных счетах помимо времени прибытия и убытия проставляются специальные "коды питания": код "B" означает, что клиент прибыл в гостиницу до завтрака. Соответственно по времени в день прибытия он успел получить полное трехразовое питание; "L" - прибыл до ланча, то есть получил двухразовое питание; "D" - только ужин; "R" - в день приезда только номер без питания; "SL" (sleep - ночевка) - клиент прибыл поздно вечером (по существу равносилен коду "R"). Подобного рода информация, содержащаяся в кодах, учитывается при окончательном расчете. Аналогичные коды используются и при регистрации времени отъезда: "B" - отбыл после завтрака, "L" - после обеда, "D" - после ужина, специфический код "BB" - отбыл до завтрака, то есть в день отъезда питание не получал [3].

Сервису завтраков в любом гостиничном предприятии уделяется особое внимание. Чтобы максимально удовлетворить вкусовые предпочтения постояльцев, в гостиницах и отелях предлагают несколько видов завтрака [12].

Континентальный завтрак:

- "а ля карт";
- "а парт";
- "табльдот";
- шведский стол;
- буфетное обслуживание.

Обслуживание «А ля карт»:

Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков.

Обычно такое обслуживание практикуется по отношению к индивидуальным туристам, либо немногочисленным туристским группам [15].

Обслуживание «А парт»:

При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

Официант собирает заказы рано утром и раскладывает их на доске или на серванте по порядку в соответствии со временем, указанным в заказе. Завтрак подают на подносе или с тележки. Поднос заранее застилают чистыми белыми салфетками и на них ставят посуду соответственно заявке. В определенное время заказанные блюда на тележке подвозят в номер заказчика.

Обслуживание «Табльдот»:

Отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом. Часто используются в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения, где производственные мощности и возможности кухни достаточно ограничены.

Обслуживание «Шведский стол»:

Шведский стол. Представляет собой широкий выбор закусок и блюд со свободным доступом: можно взять все, что угодно, из того, что предложено и выставлено. Это может быть и довольно скудный набор (джем, хлеб, масло, 2-3 сорта колбасы и сыра, один вид сока, чай, кофе), и по-настоящему обильный стол с многочисленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод обслуживания имеет ряд преимуществ:

- увеличивает пропускную способность ресторанного зала;
- ускоряет процесс обслуживания;
- требует меньшей численности квалифицированного персонала т.д.

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

Сущность современного «шведского стола» отличается от классического понятия. В настоящее время данный термин, как отмечено выше, употребляется для описания метода обслуживания, применяемого на предприятиях питания. Используется также понятие «шведская линия». В классическом варианте акцент был сделан скорее не на особенностях обслуживания, а на обязательном присутствии отдельных компонентов меню. «Шведский» стол, или так называемый «сморгосбурдет» (бутербродный стол), - это фирменное изобретение, внесенное шведами в кулинарную культуру Европы в начале XIX века. Специалисты кулинарного дела считают, что более правильно было бы назвать его «скандинавским» или даже «балтийским» столом, поскольку его особенности и элементы складывались из народных кухонь и из быта народов всех стран Балтии (не только Швеции, но и Финляндии, Латвии, Дании, немецкой Померании). Несмотря на то, что все продукты «шведского стола» не имели ничего национально-специфического, их состав и сочетание в совокупности представляли собой нечто «оригинальное» и абсолютно не свойственное другим народам. В «шведский стол» входили немецкие колбасные изделия (вареная колбаса, ветчина), варено-копченые грудинка, языки, корейка, бекон, буженина, а также разнообразные сырокопченая и горяче-копченая балтийская рыба - угорь, сиг, салака, балтийский рыбец. Характерно, что «шведский стол» не включает закуски, изготовленные путем холодной или тепловой кулинарной обработки и требующие немедленного употребления. Меню «шведского стола» специально подобрано таким образом, чтобы все его компоненты можно было бы выставить на стол буквально за несколько минут до употребления, а затем столь же быстро убрать все несъеденное [10].

Объединение в «шведском столе» мясных варено-копченых и рыбных сыро - и горяче-копченых изделий стало возможным благодаря

использованию двух основных пищевых компонентов, от которых он и получил свое название «сморгосбурдет» - бутербродный стол. Первый компонент - это разнообразный хлеб, причем и ржаной, и пшеничный, как свежей выпечки, так и «твердый», специфический, высушенный впрок для нужды рыбаков, моряков и охотников. Так называемый кнекерброд, хрустящий, ломкий хлеб, давший в XX веке идею промышленного производства хрустящих хлебцев во всех странах мира. В меню «сморгомбурдета» должно быть не менее 4-6 видов хлеба, приспособленных к разной закуске. Вторым компонентом, без которого не может быть «шведского стола», является сливочное масло. Следует отметить, что шведское или финское сливочное масло во второй половине XVIII века было лучшим по качеству в Европе и поставлялось к столу Фридриха II и для личных дворцовых нужд Екатерина II, а позднее вообще для русского императорского стола.

Помимо сливочного масла в «шведский стол» входило свежее и кислое молоко. Это «не совсем удачное сочетание» послужило причиной тому, что «шведский стол» долго не получал распространения в Европе (до второй полвины XX века). Масло и молоко в «шведском столе» дополняли другие молочные продукты (сливки, творог, сыры).

В начале XX века к классическому «шведскому столу» стали добавлять отварной горячий картофель и редис. Такая композиция расширяла возможности людям с различными вкусами скомбинировать сытный завтрак, ужин или даже ланч за минимальное время. Именно поэтому «шведский стол» был быстро взят на вооружение в гостиничном и ресторанном питании во второй половине XX века не только в скандинавских странах, но и во многих странах континентальной Европы.

В Дании «шведский стол» имел свои особенности. Для него заранее приготавливались десятки и даже сотни бутербродов и клиентам предлагался выбор любого понравившегося бутерброда. Чтобы облегчить выбор, каждому клиенту ресторана вручался список на имеющееся количество

видов бутербродов, каждый из которых имел свой особый номер. Чтобы получить нужный бутерброд в течение нескольких секунд, достаточно было еще при входе в заведение указать соответствующий номер. Список бутербродов, едва умещавшийся на длинной бумажной ленте (1,5-2 м), часто отпугивал клиентов. Например, список-лента, выдаваемый в 1888 году в Копенгагене в ресторане Оскара Давидсона, включал 178 наименований бутербродов самого разнообразного состава. Причем одна сторона этой бумажной ленты была занята датскими наименованиями, другая - их французскими аналогами (для иностранцев). Ее длина 1 м 16 см, ширина 17 см.

«Буфетное обслуживание»:

Буфет, - это замечательный вид самообслуживания. Кушанья стоят или лежат у всех на виду, и каждый голодный постоялец имеет полное право бродить от сковородки к сковородке или от блюда к блюду, наполняя свою тарелку по собственному усмотрению.

Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приготовления и отпуска и может быть самым разнообразным: прохладительные и горячие напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия, молочнокислые продукты, фрукты, всевозможные бутерброды и т.д.

В последнее время данный метод обслуживания стал популярен при организации завтраков (так называемый завтрак-буфет). Также он широко используется при обслуживании участников конференций, симпозиумов, совещаний, переговоров.

Рестораны Высшего класса в гостиницах 4-5*

Высший класс отличается оригинальностью интерьера, выбором услуг, разнообразным ассортиментом оригинальных, изысканных, заказных и

фирменных блюд и изделий для ресторанов, широким выбором фирменных и заказных напитков и коктейлей - для баров. Обязательные требования:

- вывеска световая с элементами оформления;

- оформление залов и помещений с использованием оригинальных декоративных элементов;

- наличие эстрады и танцевальной площадки;

- наличие банкетного зала и отдельных кабин;

- система кондиционирования воздуха с автоматическим поддержанием оптимальных параметров температуры и влажности;

- мебель повышенной комфортности, соответствующая интерьеру помещений;

- столы с мягким покрытием;

- кресла (диваны, банкетки) мягкие (в холле и вестибюле);

- кресла мягкие с подлокотниками в обеденном зале;

- металлическая посуда и столовые приборы из мельхиора, нейзильбера или нержавеющей стали;

- фарфорофаянсовая посуда с монограммой или художественно - оформленная;

- скатерти фирменные белые или цветные (допускается замена индивидуальными салфетками);

- салфетки полотняные индивидуального пользования;

- смена столового белья после обслуживания посетителей;

- меню и прейскурант с эмблемой предприятия на национальном и русском языках типографским способом;

- обложка меню с эмблемой или рисунком из мелованной бумаги, картона, кожзаменителя;

- ассортимент преимущественно из оригинальных, изысканных заказных и фирменных, в т.ч. национальных блюд, изделий и напитков всех основных групп кулинарной продукции;

- широкий ассортимент кондитерских изделий промышленного производства, фруктов, вино-водочных, фруктовых и минеральных вод;

- выполнение особых пожеланий по изготовлению блюд на виду у потребителя;

- обслуживание официантами, барменами, метрдотелями, имеющими специальное образование и прошедшими профессиональную подготовку;

- наличие у обслуживающего персонала форменной одежды с эмблемой или бейджем;

- выступление вокально-инструментальных ансамблей, солистов.

Рестораны играют довольно важную роль в жизни человека. Кроме удовлетворения физиологических нужд в питании, «выход» в ресторан несет важную социальную функцию [1].

Специфика гостиничного ресторана в отличие от городского в том, что его работа тесно увязана не только с самой ресторанной службой, но и со всеми подразделениями гостиницы.

Пустующий во время обеда и ужина гостиничный ресторан - главная забота для многих менеджеров. И если завтрак можно продать гостю «принудительно», включив его и услугу проживания в один пакет, то для обеда и ужина следует разрабатывать специальные программы.

Если отель расположен в месте высокой проходимости, можно подумать об устройстве уличной террасы. Летнее кафе не только принесёт доход, но и послужит неплохой рекламой гостиничного ресторана, привлекая туда клиентов со стороны. Ресторанной службе отеля следует не забывать о банкетном обслуживании. Если в ресторане нет банкетных залов, можно организовывать выездное банкетное обслуживание на различных площадках города, предлагая высококачественный сервис и разнообразное меню, что принесёт существенный дополнительный доход.

Главная функция средств размещения - предоставление временного жилья, а также услуг питания гостиницы, или пищевой комплекс отеля, - это отдельное структурное подразделение, которое возглавляет директор,

подотчётный управляющему отелем (директору гостиницы).

Руководитель отдела питания и напитков гостиницы контролирует следующие виды работ:

- работу кухни;
- работу буфетов;
- банкетную деятельность;
- организацию обслуживания в ресторане;
- обслуживание в номерах;
- снабжение мини-баров;
- обслуживание в комнатах или зонах отдыха;
- обслуживание гостей в барах;
- работу уборщиков и мойщиков посуды.

Исходя из данной главы можно сказать что:

Можно выделить три основные формы организации питания в гостиничном обслуживании:

1) Питание, оплачиваемое исключительно и только самим клиентом;

2) Питание, не включенное в цену номера;

3) Питание, предоставляемое за доп. плату.

При организации обслуживания в ресторанах гостиничных комплексов обычно предлагаются следующие условия питания.

1) Полный пансион

2) Полупансион

3) Только завтрак

4) Все включено

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) – all inclusive (все включено в стоимость).

Сегодня успех ресторатора зависит от наличия хорошего менеджмента, современной кухни, наличия концепции ресторана, бара, безукоризненного сервиса, интересного интерьера и разумных цен. В будущем перспективное развитие получат маленькие недорогие рестораны и бары средней ценовой группы. Дорогих и элитных ресторанов и баров останется не так много.

Система обеспечения питанием указывается в путевке, договоре и ваучере. Как правило, завтрак туристам предоставляют по схеме «шведский стол». В гостиницах более высоких категорий завтрак бывает заказным в кафе, буфете, ресторане или с подачей в номер. В номерах, оснащенных кухнями и мини-барами, завтрак готовится самостоятельно. Также в разных странах культура общественного питания, как и типы обслуживания, значительно отличается. Однако, следует отметить, что наполнение и качество услуг питания отличается, безусловно, не только в зависимости от страны, но и в зависимости от категории гостиницы.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ УСЛУГ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЦАХ

2.1 ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСТИНИЦЫ «АТРИУМ ПАЛАС ОТЕЛЬ»

Элегантный 5-звездочный Атриум Палас отель - пример уникальной архитектуры, расположенный в «золотом квадрате» культурного и делового Екатеринбурга напротив Свято-Троицкого собора. «Атриум Палас Отель» расположен в историческом, деловом и культурном центре Екатеринбурга по адресу ул. Куйбышева, 44.

Пятизвездочная гостиница «Атриум Палас Отель» расположена в самом центре Екатеринбурга, в 10 минутах ходьбы от главного железнодорожного вокзала. В 750 метрах от отеля расположена станция метро «Геологическая». До международного аэропорта Кольцово вы сможете доехать за 15 минут.

В отеле работает ресторан «La Ronde», где вы сможете заказать разнообразные закуски и горячие блюда, приготовленные из свежих продуктов высокого качества. Кроме того, в отеле работает «Vienna Café House» (венское кафе), где вы сможете насладиться блюдами австро-венгерской кухни.

Прекрасным местом для того, чтобы отдохнуть и набраться сил после насыщенного дня, станет сауна отеля. Гости отеля могут заказать сеанс расслабляющего массажа. Отель располагает собственным фитнес-центром.

Гостям предоставляется бесплатный беспроводной доступ в Интернет, так что вы всегда сможете спланировать дальнейшее путешествие и забронировать необходимые билеты. Для автомобилистов предусмотрена бесплатная парковка. Приветливый персонал с удовольствием поможет вам определиться с выбором экскурсий и предоставит всю необходимую туристическую информацию.

В гостинице «Атриум Палас Отель» 131 элегантный номер. В каждом номере есть собственная ванная комната, кондиционер и телевизор со спутниковыми каналами.

В гостинице «Атриум Палас Отель» хороший сервис, приветливый персонал, вокруг много кафе и ресторанов. Для любителей советских времен, складывается ощущение, что архитектура и дизайн из 90х. Заселение занимает несколько минут. Удобная парковка. В номере всегда чисто, все работает (такие отзыв оставляют отдыхающие).

Атриум Палас Отель является коммерческой организацией, основной целю деятельности которой является организация эффективной работы в сфере управления и инвестиций в различных секторах экономики, при этом основными видами деятельности являются следующие: деятельность гостиниц с ресторанами, деятельность гостиниц, деятельность ресторанов и кафе, деятельность баров и др. Время заезда в отель - 14.00. Время выезда из отеля - 12.00.

К услугам своих гостей отель Атриум Палас Отель предлагает уютные комфортабельные номера, являющиеся воплощением классических традиций гостеприимства, которое сочетает в себе элегантность и естественность, безупречный сервис и культурные ценности.

Рассмотрим услуги, предоставляемые гостиницей «Атриум Палас Отель».

Гостиница Атриум Палас Отель предлагает своим гостям 131 уютный номер, располагающих полным набором удобств: стандартные номера - 103; улучшенные - 28.

Стоимость проживания в номерах различных категорий представлена в таблице 2:

Таблица 2 - Стоимость проживания в гостинице Атриум Палас Отель

Категория номера	Стоимость проживания, руб./сут.
Сингл	4950
Стандартный номер	5200
Люкс	6700
Апартаменты	8 200
Президентские апартаменты	56 200

Площадь каждого номера от 22 до 86 кв.м. В номере: две раздельные кровати 90х200см или одна кровать 180х200см; 2 прикроватные тумбы, рабочий стол, стул либо пуф, кресло, подставка под багаж, зеркало в полный рост, вешалка для верхней одежды, встроенный гардероб, кондиционер, спутниковое и платное ТВ, доступ в Интернет, мини-бар, сейф. Санузел с ванной, феном, мини-набором для ванной.

К услугам гостей, приезжающих в Екатеринбург на длительный срок, предлагаются 8 комфортабельных апартаментов площадью от 42 до 86 кв.м, с одной либо двумя спальнями, гостиной и кухней.

Гибкие условия аренды, бесплатная парковка, ежедневная уборка, бесплатное посещение фитнес-центра, возможность пользования всеми услугами гостиницы в сочетании с атмосферой домашнего уюта обеспечат гостям максимально удобные условия проживания.

В отеле Атриум Палас Отель к услугам гостей предоставлены следующие предприятия питания: «Венское кафе», главный ресторан «La Ronde».

Для организации мероприятий и конференций в отеле предлагаются все условия: имеются конференц-залы, залы для переговоров, помещения, оснащенные современным оборудованием, оргтехникой, с доступом в Интернет. Технические возможности позволяют проводить конференции,

видеопрезентации с просмотром материалов на большом экране, а также другие мероприятия с использованием видео-, аудио- и графических материалов.

К услугам гостей отеля 5 конференц-залов. («Диалог», «Ассамблея», «Акцент», «Лаундж», «Комната переговоров»)

В отеле также имеется фитнес-центр с сауной, турецкой паровой баней, джакузи, салон красоты и др.

Кроме этого, к услугам гостей:

- визовая поддержка;
- трансфер от / до вокзалов и аэропорта;
- камера хранения багажа;
- сейфы для хранения ценностей.

Также следует отметить, что руководством гостиницы особое внимание при реконструкции было уделено системе безопасности.

В качестве дополнительных услуг в гостинице Атриум Палас Отель предоставляются:

- побудка по просьбе гостя;
- e-mail, факс, ксерокс, печать с компьютера
- аренда автомобиля с водителем либо без;
- заказ авиа и ж/д билетов;
- экскурсионное обслуживание;
- услуги гида.

Так же важной составляющей является функциональность и дизайн помещений отеля:

При входе в «Атриум Палас Отель» можно увидеть зону «reception», лифты, большую лестницу, сувенирный магазин, а точнее «витрину с сувенирами». Из служебных помещений, здесь есть кухня, склад для продуктов, напитков, а также несколько других общественных помещений.

На втором этаже, возле поста охраны – есть дверь с электронным замком, за ней располагается большинство служебных помещений: раздевалки для горничных, и другого персонала, кабинеты зав. гостиничным хозяйством, менеджера ресторана, столовая для персонала, прачечная, уборная, комната для мытья инвентаря. На втором, третьем и четвертом этажах располагаются конференц-залы. Здесь проводятся кофе-брейки, чайные паузы, коктейльные паузы для конференций и другие мероприятия - новогодние корпоративы, банкеты, юбилеи, праздники и т.д.

В отеле имеются следующие виды номеров:

- Single -SNGL (одноместный) – 8 номеров. Одноместный номер, рассчитанный на комфортное проживание одного человека выполнен в современном или ретро-стилях. В нем есть необходимое для комфортного проживания;

- Double - DBL (одноместный улучшенный) – 83 номеров. Комфортабельный однокомнатный номер, разделенный на спальную и рабочую зоны. В номере двуспальная кровать и элегантный интерьер;

- TWIN (двухместный) – 13 номеров. Двухместный номер с двумя отдельными кроватями и выделенной рабочей зоной. Интерьер номера создает атмосферу для комфортного отдыха и плодотворной работы;

- STUD(студия) – 14 номеров. Новые улучшенные номера категории студия с видом на центр города, в которых возможно двухместное размещение. При бронировании номеров категорий STUD и LUX на выходный и праздничные дни действует скидка 15%;

- LUX (люкс) – 9 номеров. Самым взыскательным гостям мы предлагаем трехкомнатные номера «Люкс» с видом на центральные улицы Екатеринбурга. Уютная нестандартной формы спальная комната, светлая и просторная гостиная и функциональный кабинет, выполненный классическом стиле;

- SUITE (Сюит) - 1 номер. Комфортабельные трехкомнатные апартаменты (2 спальные комнаты с двуспальными кроватями и гостиная, либо 1 спальная комната, гостиная и кабинет);

- SUIT PRESIDENTIAL (Президентский Сюит) - 1 номер. Эксклюзивные апартаменты для VIP персон, обставлены изысканной мебелью и украшены цветочными композициями. Номер состоит из 4 комнат: холл с баром, кабинет, гостиная и спальная комната;

- Номера для гостей с ограниченными физическими возможностями – 2 номера. Номера полностью оборудованы для гостей с ограниченными физическими возможностями. Все зоны спланированы таким образом, чтобы гостям было удобно передвигаться по номеру;

На каждом этаже есть два крыла, номера располагаются в обоих крылах на 2,3,4,5,6 этажах. В конце каждого крыла есть служебные помещения, в которых находится уборочный инвентарь, чистое и грязное белье, аксессуары для номеров (средства личной гигиены, посуда и т.д.), душ для персонала, а также лифт для грязного белья.

В гостинице «Атриум Палас отель имеются следующие стандарты качества для персонала:

- стандарт внешнего вида;

- стандарт принципа обслуживания;

- стандарт запрещенных форм поведения;

- стандарт обращения, просьбы и возражения гостей;

- стандарт алгоритма работы с просьбами и возражениями;

- стандарт телефонного этикета;

- стандарт работы отдела (службы);

- стандарт дня (весь персонал гостиницы делает акцент на один из вышеперечисленных стандартов, каждый день новый стандарт).

Так же следует уделить внимание организационной структуре персонала.

Динамика персонала отдела питания и напитков за три года представлена в таблице 3, в Приложении А.

Исходя из имеющихся данных, мы можем сделать вывод о стабильности количества занятых рабочих мест. Так же благодаря низкому показателю текучести и высокому среднему стажу работы мы может сделать вывод о благоприятных рабочих условиях для сотрудников

Схема организационной структуры управления гостиницей «Атриум Палас Отель» наглядно представлена на рисунке 8 в Приложении Б

Функции работников служб переднего и заднего плана отдела питания и напитков представлены в приложении В, в таблицах 4 и 5.

Из таблиц видно, что каждая должность выполняет свои специфические функции, что, несомненно, повышает качество обслуживания.

Так же Атриум Палас Отель имеет высокие требования к персоналу, что видно в таблице 6, представленной в приложении Г.

Претендент должен соответствовать должности по нескольким характеристикам, таким как: знания, умения, навыки, личностные качества.

Среди знаний для всех обязателен английский язык (уровень владения для каждой категории персонала свой) и правила этикета.

В ходе написания работы был так же проведен SWOT - анализ гостиницы Атриум Палас Отель, анализ сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз, результаты которого могут использоваться при оценке конкурентоспособности, конкурентного потенциала и при определении круга стратегических вопросов, стоящих перед организацией. Он представлен в таблице 7.

Таблица 7 - SWOT – анализ гостиницы «Атриум Палас Отель»

Сильные стороны:	Слабые стороны:
- адекватные финансовые ресурсы; - высокая квалификация персонала гостиницы «Атриум Палас Отель»; - хорошая репутация у потребителей; - Высокий уровень обслуживания и качества соответствует уровню цен; - многолетний опыт - направленность на средний класс - сдача помещений для деловых встреч, презентаций и т.д. в аренду	- отсутствие рекламы; - зависимость от сезона - низкая доступность - устаревший дизайн
Возможности:	Угрозы:
- расширение комплекса услуг; - расширение рекламной деятельности, ПР-кампаний; - развитие деловой инфраструктуры вблизи гостиницы «Атриум Палас Отель»	- возможность появления гостиницы в непосредственной близости от исследуемой; - неблагоприятная политика правительства; - возрастающее конкурентное давление; - изменение потребностей и вкуса покупателей; - отсутствие финансирования;

Так же необходимо провести более узкий анализ для услуг питания:

Таблица 8 - SWOT- анализ услуг питания

Сильные стороны	Слабые стороны
- высокая скорость обслуживания - престиж отеля - лояльность клиентов - удобство	- невысокая доступность - конфликтные ситуации при взаимодействии с клиентом
Возможности	Угрозы
- расширение спектра услуг - повышение комфортабельности для клиентов отеля - повышение доступности	- несоответствие ожиданиям клиента - обеднение населения - появление конкуренции

В гостинице «Атриум Палас Отель» хороший сервис, приветливый персонал, вокруг много кафе и ресторанов. Для любителей советских времен, складывается ощущение, что архитектура и дизайн из 90х. Заселение занимает несколько минут. Удобная парковка. В номере всегда чисто, все работает (такие отзыв оставляют отдыхающие).

Атриум Палас Отель является коммерческой организацией, основной целю деятельности которой является организация эффективной работы в сфере управления и инвестиций в различных секторах экономики, при этом основными видами деятельности являются следующие: деятельность гостиниц с ресторанами, деятельность гостиниц, деятельность ресторанов и кафе, деятельность баров и др. Время заезда в отель - 14.00. Время выезда из отеля - 12.00.

К услугам своих гостей отель Атриум Палас Отель предлагает уютные комфортабельные номера, являющиеся воплощением классических традиций гостеприимства, которое сочетает в себе элегантность и естественность, безупречный сервис и культурные ценности.

Согласно результатам проведенного SWOT-анализа гостиницы «Атриум Палас Отель» среди наиболее значимых сильных сторон можно выделить достаточные финансовые ресурсы, квалифицированный персонал и конкурентоспособное соотношение «цена-качество». Также следует отметить многолетний опыт гостиницы на рынке и ориентацию на клиентов среднего касса. Среди слабых сторон - устаревший дизайн, отсутствие рекламы.

В качестве основных возможностей нами было определено расширение комплекса услуг гостиницы, который позволит более эффективно использовать ресурсы службы питания и позволит привлечь новых клиентов.

2.2 ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

Для начала необходимо сравнить тарифы на услуги проживания:

Таблица 9 – Тарифы на услуги проживания гостиниц «Атриум Палас Отель», «Высоцкий», «Рамада» и «Хаятт»

Категории номерного фонда	Гостиница Атриум
Сингл	4950
Стандарт	6500
Двухместный стандарт	8000
Студия	7500
Люкс	14200
Сюит	23200
Президентский сюит	62000
Категории номерного фонда	Гостиница Высоцкий
Апартаменты	5000
Стандарт	7000
Двухместный стандарт	7500
Делюкс	8000
Делюкс Твин	8500
Апартаменты Джуниор Сьют Делюкс	9000
Апартаменты Сьют	11900
VIP Сьют 5101	30000
VIP Сьют 5102	40000
Категории номерного фонда	Гостиница Рамада
Стандартный номер	6200

Окончание таблицы 9:

Категории номерного	Гостиница

фонда	Рамада
Номер повышенной комфортности	7000
Номер повышенной комфортности Twin	7500
Номер Люкс	10000
Бизнес Люкс	15000
Свадебный Люкс	12000
Коттедж 200 кв.м.	25000
Коттедж 300 кв.м.	30000
Королевский Люкс	40000
Категории номерного фонда	Гостиница Хаятт
Номер King	16000
Номер Twin	16000
Клаб Кинг	19500
Клаб Твин	19500
Делюкс Кинг	23000
Номер Ридженси Сьют Кинг	31000
Дипломатические апартаменты	76000
Президентский номер	126000

Как видно из приведенной нами сравнительной таблицы, стоимость проживания в гостиницах заметно отличается. Так, например, президентский номер в отеле «Хаятт» более чем в 2 раза дороже, чем в «Атриум Палас Отель». Стоимость же стандартных номеров колеблется обычно (за исключением номеров в отеле «Хаятт») в пределах 5-7 тысяч рублей. Для наглядности представим данные в виде диаграммы (рисунок 3).

Сравним минимальные и максимальные цены на номера в отелях «Атриум Палас Отель», «Высоцкий», «Рамада» и «Хаятт»:

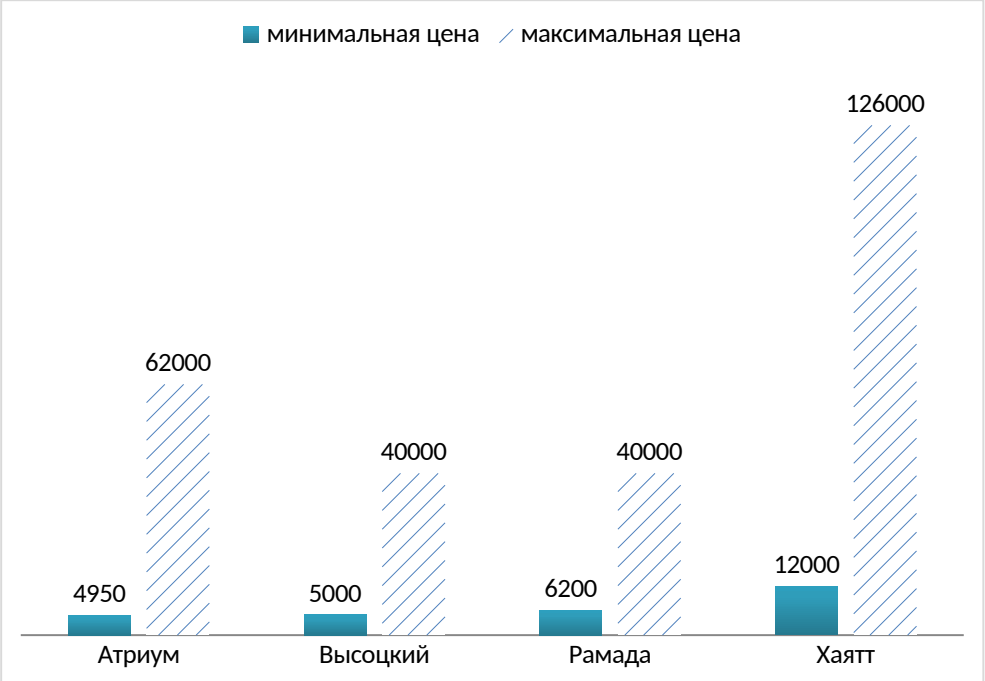

Рисунок 3 - Гистограмма сравнения минимальных и максимальных цен на номера в отелях, руб.

Из данных диаграммы мы видим, что гостиница «Атриум Палас Отель» на фоне своих основных конкурентов в отношении стоимости проживания выглядит достаточно конкурентоспособной, имея как достаточно дешевые, так и солидные номера.

Так же необходимо рассмотреть тарифы на дополнительные услуги:

Таблица 10 – Тарифы на дополнительные услуги гостиниц 5*, г. Екатеринбург

	Дополнительные услуги	Гостиницы			
		Атриум	Хаятт	Рамада	Высоцкий
1.	Трансфер	От 700р.	От 700р.	От 700р.	От 350р.
1.	Мини бар	От 60р.	От 150р.	От 100р.	От 120р.
2.	Мини «shop»	От 25р.	От 100р.	От 50р.	От 80р.
3.	Телефон	От 2,5р.	От 5р.	От 3,5р.	От 4р.

Окончание таблицы 10:

4.	Дополнительные услуги	Атриум	Хаятт	Рамада	Высоцкий
5.	Телевидение	От 750р.	От 1000р.	От 850р.	От 900р.

6.	Прачечная	От 120р.	От 200р.	От 150р.	От 130р.

Рассмотрев данные, представленные в данной таблице, можно сделать вывод о том, что среди гостиниц 5* в Екатеринбурге наиболее дорого дополнительные услуги стоят в «Хаятт». Рассматриваемый нами «Атриум Палас Отель» по многим показателям предоставляет услуги дешевле, чем основные конкуренты, уступая лишь гостинице «Высоцкий» в стоимости трансфера. Однако, судя по данным других конкурентов, здесь имеет место демпинг со стороны гостиницы «Высоцкий».

Необходимо так же рассмотреть графики загрузки номерного фонда в Атриум Палас Отель:

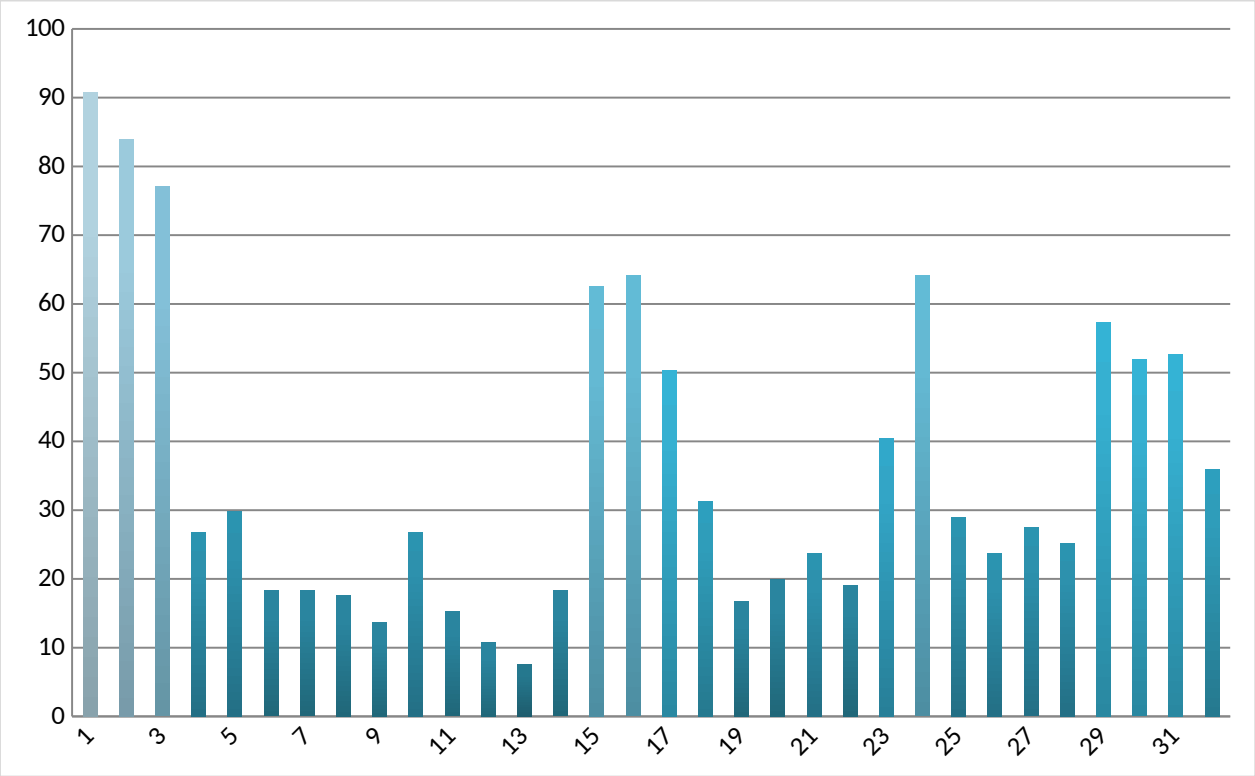

Рисунок 4 – Диаграмма загрузки номерного фонда «Атриум Палас Отель» за месяц март 2016

Средняя загрузка номерного фонда за март 2015 составила: 35,95%. Так же видно на диаграмме, что в период весеннего праздника (8.03) загруженность отеля была минимальной, а максимальных показателей загруженность достигала в первые дни месяца. Следует отметить, что в

месяце не было ни одного дня, когда все номера были бы заняты.

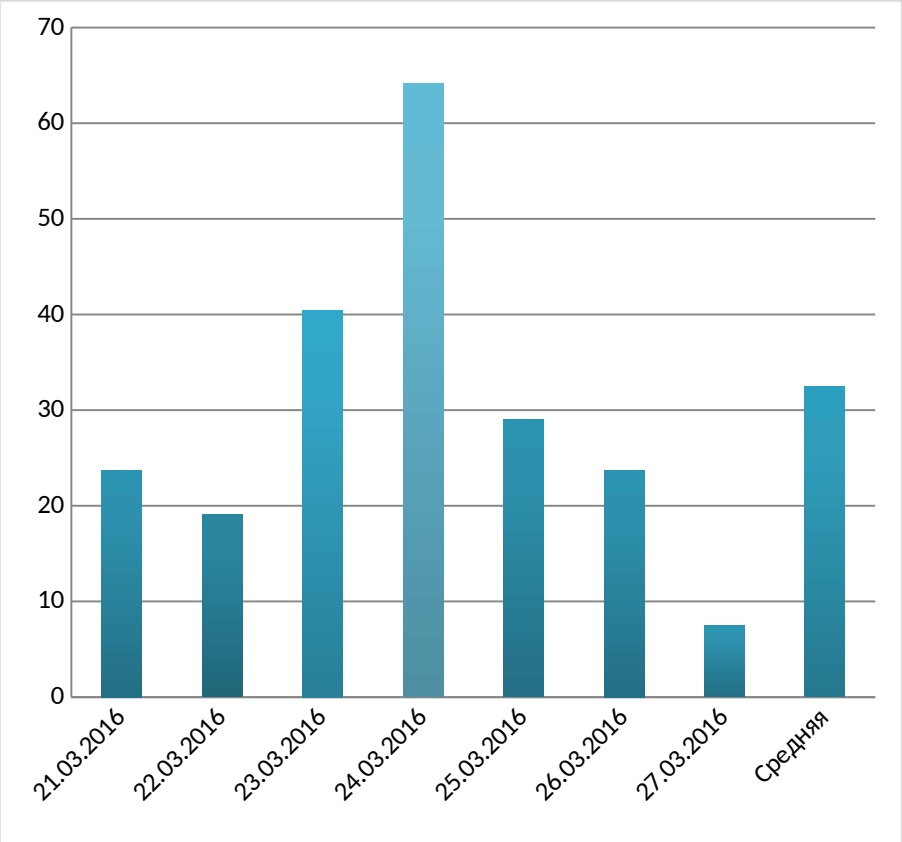

Рисунок 5 – Диаграмма загрузки номерного фонда «Атриум Палас Отель» с 21.03.2016г. по 27.03.2016г.

Средняя загрузка номерного фонда в период с 21.03.2016г. по 27.03.2016г. составила: 32,5%. Это означает, что у гостиницы есть достаточно большой потенциал для использования номеров, более половины номеров обычно свободны.

Количество использования номеров различных категорий, в соответствии с их степенью востребованности, значительно отличается. Большая часть номеров используемых имеет категорию «стандарт». Также значительную долю в структуре используемого номерного фонда имеют номера «двухместный стандарт».

Для наглядности представим данные спроса в виде диаграммы (Рисунок 6):

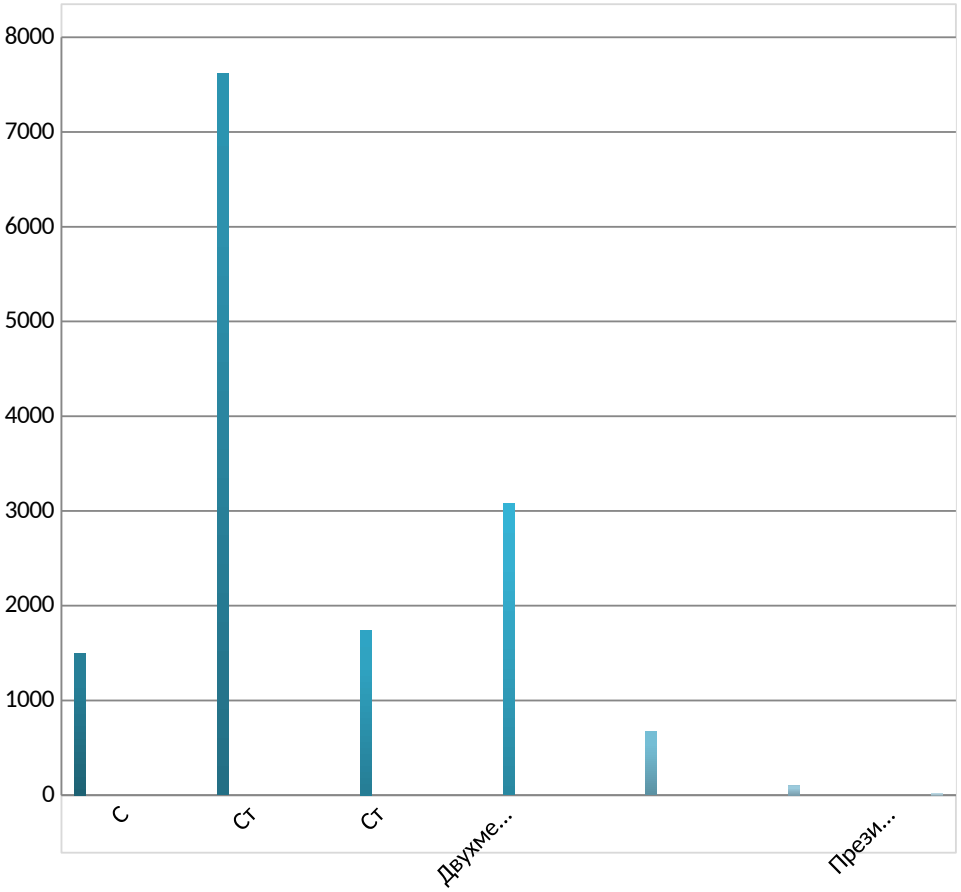

Рисунок 6 – Диаграмма процентной загрузки "Атриум Палас Отель" за 2015 год

Количество проданных номеров за 2015 год составило:

Сингл – 1501; стандарт – 7618; студия – 1743; двухместный стандарт – 3080; люкс – 98; президентский сьют – 21.

Дополнительные услуги по виду также возможно дифференцировать по уровню спроса на них. С помощью данной оценки возможно выявить, какие услуги продаются активно и их следует развивать, а какие обладают недостаточным спросом и рентабельность их оказания находится под вопросом.

Для удобства представим данные в виде диаграммы (Рисунок 7):

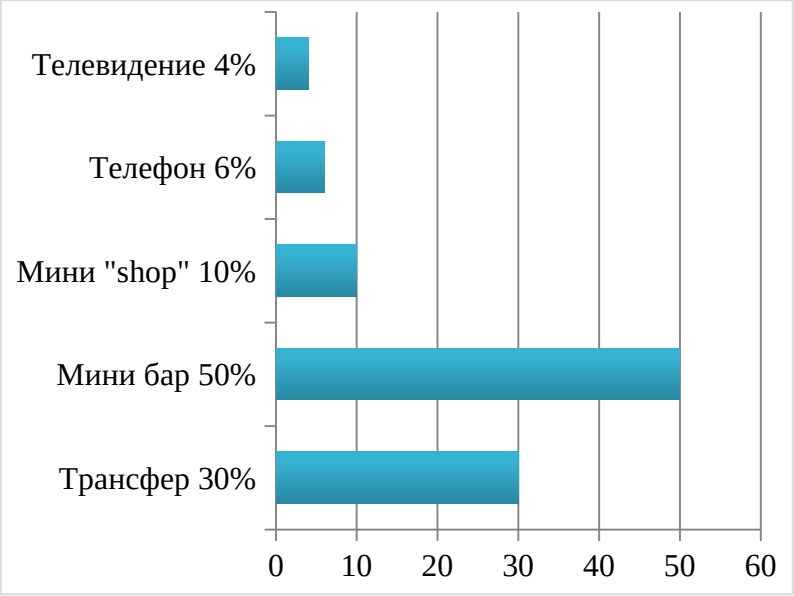

Рисунок 7 – Диаграмма спросов на дополнительные услуги гостиницы "Атриум Палас Отель" за 2015 год

Из чего следует, что самыми востребованными услугами являются мини бар и трансфер.

Менее же востребованными являются услуги телевидения и телефонии. Это связано с тем, что на современном этапе развития общества телевидение уже утрачивает свое былое значение, как и стационарные телефоны. У большинства клиентов гостиниц не возникает необходимости в пользовании данными услугами, хотя, при определенных обстоятельствах, их оказание может быть очень важно для клиента.

Стоимость проживания в гостиницах заметно отличается. Так, например, президентский номер в отеле «Хаятт» более чем в 2 раза дороже, чем в «Атриум Палас Отель». Стоимость же стандартных номеров колеблется обычно (за исключением номеров в отеле «Хаятт») в пределах 5-7 тысяч рублей.

Количество использования номеров различных категорий, в соответствии с их степенью востребованности, значительно отличается. Большая часть номеров используемых имеет категорию «стандарт». Также значительную долю в структуре используемого номерного фонда имеют

номера «двухместный стандарт».

В целом, по анализируемым в работе показателям, можно сделать вывод о том, что «Атриум Палас Отель» является конкурентоспособным предприятием на рынке гостиничного сервиса, по структуре, наполняемости услуг и их стоимости.

2.3 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «АТРИУМ ПАЛАС ОТЕЛЬ»

Рассмотрим организационно-управленческую структуру услуг питания в гостинице «Атриум Палас Отель».

Основная услуга питания для гостей предоставляется через службу обслуживания номеров или как принято её называть «Room-Service».

Служба «Room-Service», как подразделение входит в систему ресторанного обслуживания и является составным элементом этого департамента. Но при этом ресторан работает по четко установленному графику, придерживаясь своего меню, а «Room-Service» функционирует круглосуточно в индивидуальном режиме, в зависимости от заказов гостей. У данной службы есть собственное помещение, специальное оборудование. Служба «Room-Service» всегда в курсе всех изменений, которые происходят в ресторанной службе.

Служба «Room-Service» напрямую подчиняется руководителю отдела питания и напитков. Возглавляют службу менеджеры отдела питания и напитков (банкет-менеджер, менеджер ресторана «La Ronde» и менеджер кафе «Vienna Café House»), которые ежедневно проводит тренинг с официантами. Менеджеры координируют работу официантов при составлении и выполнении заказов. Служба «Room-Service» работает по принципу ротации, т.е. официанты переходят из смены в смену в зависимости от графика.

Служба «Room-Service» использует основную кухню гостиницы со специальной посудой и оборудованием, помогающим сохранить нужную температуру пищи. Рабочее помещение «Room-Service» оснащено специальным шпилькой-стеллажом, который заполняется подносами.

Рассмотрим обязанности сотрудников службы питания в гостинице «Атриум Палас Отель».

Чаще всего заказ в «Room-Service» производится по телефону службы. В «Атриум Палас Отель» у подразделения «Room Service» нет отдельного штата, все функции службы выполняют официанты ресторана «La Ronde» и официанты кафе «Vienna Café House».

Менеджеры службы «Room Service»: контролируют работу официантов; распределяют объем работ; следят за правильной сервировкой столов, подносов; проверяют правильность формирования заказов по меню «Room Service»; делают отчеты по продажам; решают проблемные ситуации. Они также могут помочь клиенту с выбором блюда или напитка и обязательно должны оговорить время исполнения заказа. Также заказать можно на бланке службы, в которой гость отмечает меню и время подачи. Затем он вешает его вечером на ручку своего номера снаружи. Бланки заказов выдаются на ресепшн при регистрации. Цены в «Room Service» обычно выше чем ресторанные.

Старшие официанты службы питания отвечают за обработку заказов. Они принимают заказы по телефону, также фиксируют все заказы, принимаемые подразделением для анализа экономической целесообразности отдела. Официанты службы «Room-Service»: обслуживают гостей; поддерживают чистоту и порядок в подсобном помещении; отвечают за своевременный сбор грязной посуды с этажей; контролируют получение заказов со склада; обеспечивают отдел достаточным количеством посуды, соусников, молочников, приборов, скатертей и пр. Работа официантом службы номерного обслуживания подразумевает постоянное общение с клиентами. Поэтому ему необходимо придерживаться следующих правил:

1) Для того чтобы меньше тревожить гостя, заказ (даже сложный, состоящий из нескольких блюд) доставляют сразу в полном объеме. Исключение делается, когда гость просит подать блюда в определенной последовательности. Данный момент полностью соответствует европейским стандартам;
2) До того, как постучать в номер, необходимо убедится, что сервированные блюда на тележки оформлены правильно;
3) Необходимо постучать в дверь три раза. В случае вопроса о том, кто стучит, необходимо ответить: «Обслуживание в номерах»;
4) Как только дверь откроется, официант здоровается с гостем и

обязательно спрашивает: «Разрешите войти?»;

5) Войдя в номер гостя, обязательно задается вопрос о том, куда гостю удобнее всего поставить принесенные блюда;
6) Затем необходимо показать гостю его заказ;
7) Официант всегда должен поинтересоваться у клиента о том, как лучше оставить блюда, упакованными или их стоит открыть;
8) Когда вся работа по сервировке выполнена, официант должен предупредить гостя о том, что заявка на уборку грязной посуды принимается по телефону службы. Также необходимо поблагодарить гостя за использования услуг службы номерного обслуживания.

Кроме непосредственного обслуживания в номерах, организация услуг питания в гостинице «Атриум Палас Отель» проводится через банкетную службу, в ресторане при отеле «La Ronde» и кафе «Vienna Café House», услугами которых могут воспользоваться не только клиенты гостиницы, но и не проживающие в ней люди.

Ресторан "La Ronde" с авторской европейской кухней и традиционными русскими блюдами – идеальное место для проведения торжественных мероприятий и деловых встреч. Одна из особенностей ресторана – прозрачный купол, открывающий вид на звездное небо. Среди гостей ресторана - Ванесса Мей, Патриция Каас, Федор Бондарчук, Владимир Спиваков, Михаил Горбачев, Владимир Путин.

Часы работы ресторана «LaRonde»:

Breakfast time 6:30 – 10:30;

Business launch 12:00 – 16:00;

Total time 12:00 – 16:00; 18:00-24:00.

В Ресторане «LaRonde»: представлены следующие виды завтраков:

- Шведский стол;
- A’la carte;

- Завтрак по предварительному заказу (Гостю выдаётся специальный бланк, на котором представлен ассортимент блюд, затем он делает свой выбор). Пример бланка представлен в приложении Е.

Венское кафе или «Vienna Café House» – великолепная европейская кухня, кофейная и чайная карты, классические австрийские и авторские десерты от шеф-кондитера «Атриум Палас Отеля» Светланы Чадовой. Венское кафе – это не просто место, где можно выпить ароматный кофе. Это неповторимая атмосфера уюта и тепла, это чудесные завтраки, не менее восхитительные ланчи, нежнейшая венская сдоба и выпечка… Это место, где живы дух и традиции кофеен великой австрийской столицы.

Часы работы кафе «Vienna Café House»:

Total time - around the clock (круглосуточно).

Работа банкетной службы имеет как положительные, так и отрицательные особенности. К положительным особенностям относятся повышенная (в сравнении с рестораном) цена, гарантированная загрузка (число гостей), относительно невысокие затраты труда. Недостатками являются непростая деятельность по получению заказов на банкеты и, как следствие, частые простои банкетного помещения.

Стандартный набор банкетных услуг включает в себя:

- аренду зала;
- выбор меню и напитков;
- украшение столов и зала;
- музыкальное сопровождение (по желанию заказчика);
- типографские работы (приглашения, карточки с фамилиями гостей);
- обслуживание.

На банкете невозможно обеспечить раздельное меню каждому гостю. Приходится рассчитывать на некоторый усредненный вкус. Обычно разнообразие ограничивается выбором второго блюда из двух возможных (мясо или рыба, говядина или курица). Желательно уточнить, все ли гости могут употреблять стандартные блюда, и при необходимости можно

предусмотреть индивидуальное меню для отдельных гостей.

Заказ еды через службу «Room-Service» может быть оказан в рамках включенного в стоимость номера завтрака или являться дополнительной услугой, чаще всего, предоставляемой бесплатно в отелях высокого уровня. Это является недостатком «Атриум Палас Отель», так как за услугу взымается плата 200 рублей.

Оплата заказа производится гостем двумя способами. Гость может оплатить покупку в номере официанту (наличными средствами или банковской картой), либо у администратора гостинцы (при выезде).

Технологический процесс работы службы «Room Service» в данной гостинице на высоком уровне.

Обслуживание в номерах непосредственно относится к подразделению питания. Официанты по заказу клиента доставляют к нему в номер блюда и напитки.

Работа осуществляется следующим образом:

- гость звонит в эту службу;
- официант принимает заказ и направляет его, через систему «iiko», в ресторан/кафе, где он выполняется;
- затем он собирает заказ и доставляет его гостю в номер;
- спустя оговоренное заранее время, официант звонит гостю и спрашивает, разрешение чтоб забрать пустые тарелки и приборы. Меню «Room Service» имеется в Приложении Д.

По европейским стандартам, для службы «Room Service» в отеле предусмотрена отдельная посуда и приборы, хранящиеся на кухне и в подсобных помещениях ресторана. Из оборудования используются: столы, кофе-машина, холодильные и морозильные шкафы.

Для доставки горячих блюд используют специальное оборудование и предметы сервировки. Важно, чтобы это оборудование было не только функциональным, но и имело презентабельный вид.

Для доставки продуктов в номера используются также термосы, термо-контейнеры и приспособления для сервировки с элементами охлаждения.

Наличие или отсутствие в гостинице службы номерного обслуживания и время ее работы является одним из факторов, определяющего уровень гостиничного предприятия. Работники «Room-Service» должны иметь высокий профессиональный уровень, проявлять оперативность в исполнении заказа, обеспечивать взаимозаменяемость и взаимовыручку.

Услуга обслуживания в номерах является прибыльной услугой, как в туристских, так и в бизнес гостиницах. В гостиницах высокого уровня «Room Service» имеет первостепенное значение, так как сервис и обслуживание оставляют главное впечатление от отеля клиенту, из чего он может принимать решение приезжать снова или нет.

Рассмотрим ожидания гостей с их потребностями. (таблица 11)

Таблица 11 - Оценка соответствия сервиса в отеле потребностям и ожиданиям гостей

Типы гостей	Потребности и ожидания	Соответствие	Несоответствие
1	2	3	4
Индивидуалы	Персональный подход, обслуживание в первую очередь	Персональный подход при удовлетворении потребностей (завтрак, развлечения, экскурсии и др.)	Нет
Командированные	Стандартные потребности: завтрак, побудка, чистота в номере	Полное соответствие потребностям	Нет
Гости, прибывшие на семинар	Стандартные потребности, плюс	Конференц-зал, комната для переговоров,	Нет

	организация места для проведения семинара, подготовка оборудования	офисная техника, кофе-брейки	
Родители с детьми	Стандартные потребности, плюс дополнительная кровать, детская комната, няня и др.	Комфортабельные номера	Нет услуг няни и комнаты для детей.
Гости, приехавшие на каникулы или в отпуск	Стандартные потребности, плюс разнообразные развлечения	Комфортабельные номера	Нет
Гости, занимающиеся спортом	Стандартные потребности, плюс место для тренировок	Комфортабельные номера, несколько спортивных залов с тренажерами, большой зал для соревнований	Нет специального меню для спортсменов
Гости-инвалиды	Индивидуальные потребности, лифт или номер на первом этаже	Кнопка вызова помощи	Нет
Молодожены	Чаще всего отдых на одни сутки, уединение, персональные условия	Комфортабельные условия, украшение номера	Не развиты дополнительные услуги

Окончание таблицы 11:

Типы гостей	Потребности и ожидания	Соответствие	Несоответствие
Гости очень высокого роста	Индивидуальные потребности в соответствии с ростом	Нет	Нет номеров для такой категории гостей
Некурящие гости	Стандартные потребности, плюс отсутствие запаха сигарет	Хорошая система кондиционирования и вытяжки, запрет на курение на общей территории отеля	Нет
Гости с домашними животными	Индивидуальные потребности питомцев	Нет. Запрет на въезд с животными	Нет условий для содержания домашних животных
Гости, путешествующие группой	Стандартные номера, плюс развлекательная программа для группы	Комфортабельные условия, учет пожеланий группы в питании, дополнительных услугах	Мало предлагаемых развлечений
VIP-персоны	Индивидуальные условия, охрана, ограждение от посторонних	Комфортабельные условия, индивидуальный подход	Нет
Иностранные гости (все страны)	Индивидуальные потребности	Питание, в соответствии с пожеланием гостя, администратор со знанием ин.языка	Нет

Подводя итоги второй главы, можно сказать, что одной из самых слабых сторон услуг питания в гостинице «Атриум Палас Отель», являются человеческие ресурсы, затем идет производство, ну и, конечно, область маркетинга нуждается в корректировках.

В результате проведения анализа предоставления услуг питания, в гостинице «Атриум Палас Отель», так же было выявлено недостатком, что на предприятии не используется весь потенциал отдела питания и напитков. В собственности службы имеется большое количество неиспользуемых ресурсов (таких как оборудование, мебель, текстиль и посуда) для организации выездного обслуживания. Данных материальных ценностей достаточно, чтоб организовать выездное мероприятие до 100 человек.

Наибольшие возможности отеля обеспечиваются его технологической мощью, наибольшая опасность заключается в конкуренции со стороны не столько существующих отелей в Екатеринбурге, сколько со стороны предприятий, собирающихся внедриться на рынок гостиничных услуг нашего города. Поэтому уже сейчас необходим поиск путей повышения конкурентоспособности.

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «АТРИУМ ПАЛАС ОТЕЛЬ»

3.1 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГИ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «АТРИУМ ПАЛАС ОТЕЛЬ»

Новшества в этой услуге постоянно должны отслеживаться и внедряться. Важно иметь в оснащении новое оборудование, качественные столы с системой подогрева и охлаждения - удобные для доставки и легкие в обращении для персонала и гостей. Посуда и приборы также постоянно должны обновляться в соответствии с современными тенденциями.

Очень важную роль играет сочетание мебели и текстиля. Так же в Европейских отелях одним из элементов декора являются цветы, которые дополняют элегантную сервировку стола, что тоже следует перенять.

В рамках совершенствования услуг питания в гостинице в данной работе будут предложены такие меры, как организация тематических и развлекательных мероприятий, которые помогут привлечь клиентов и их интерес к услугам питания в гостинице, и организация полного выездного обслуживания (кейтеринг и доставка).

Далее рассмотрим предложенные меры более подробно.

Рассматриваемый в данной работе отель является отелем делового класса, и, в связи с этим, под массовыми мероприятиями мы понимаем, прежде всего, те массовые мероприятия, которые носят деловой характер. Таким образом, данное направление развития организации услуг питания, безусловно, в большей степени будет касаться усовершенствования банкетной службы.

В наши дни массовые мероприятия с едой и напитками могут организовываться по разным поводам и проводиться на разных уровнях:

- официальные банкеты, которые лидеры страны дают в честь высоких гостей;

- посольские приёмы и банкеты по случаю национальных праздников;

- банкеты, организуемые общественными, партийными, научными и деловыми кругами по случаю окончания различных конференций и совещаний;

- благотворительные гала - представления с танцами и угощением;

- праздничные обеды с танцами, организуемые руководством фирмы для своих сотрудников;

- свадьбы.

Чаще всего такие мероприятия называются банкетами. Более широкий термин - массовое мероприятие.

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

Заказ на проведение мероприятия или просто заказ на банкет оформляется на каждое мероприятие отдельно и содержит большое количество информации.

Чтобы гарантировать успех, необходимо обсудить с заказчиком следующие важные детали:

- место проведения мероприятия;

- дату мероприятия;

- число участников мероприятия;

- время прибытия участников мероприятия;

- ориентировочное время окончания мероприятия;

- вид мероприятия (официальный приём, банкет за столом, коктейль, банкет-фуршет, ланч, ужин, комбинированный банкет и т.д.);

- тип расстановки столов и стульев;

- вид сервировки стола по каталогу;

- расписание мероприятия и план рассадки гостей;

- будет ли присутствовать кто-нибудь из важных персон и какого типа внимание следует ему оказывать;

- необходимое гостям техническое оборудование;

- меню;

- время работы бара, тип напитков, когда и как они должны подаваться;

- время подачи закусок и горячих блюд;

- другие детали обслуживания за столом;

- художественное оформление, цветы и свечи;

- гардероб;

- карточки меню, визитные карточки, номера для столов;

- музыкальное сопровождение;

- полный адрес и реквизиты плательщика.

Менеджер службы питания по организации массовых мероприятий должен хорошо разбираться в винах, блюдах и сервисе, знать о предпочтениях различных этнических общин и уметь организовывать мероприятия в соответствии с национальными и религиозными канонами.

Банкетный менеджер обязан вызывать к себе уважение гостей и быть в то же самое время прекрасным организатором и руководителем для своих подчинённых. В широкий круг обязанностей банкетного менеджера входит:

- руководить обслуживанием всех массовых мероприятий;

- следить за работой уборщиков по оформлению комнаты, в которой будет проходить мероприятие;

- составлять график работы официантов и утверждать бригады, ответственные за каждое конкретное мероприятие;

- согласовывать с шеф-поваром меню и сервисные процедуры;

- проверять список уточнений, сделанных непосредственно перед мероприятием;

- подавать клиенту счёт сразу же по окончании мероприятия;

- строго следовать процедурам, принятым в данной гостинице для отдела обслуживания массовых мероприятий, включая меры по противопожарной безопасности;

- подсчитывать наценку за обслуживание и чаевые с последующим распределением этих денег между обслуживающим персоналом;

- согласовывать все особые требования с заместителем заведующего по обслуживанию и координатором мероприятия.

Таким образом, банкетный менеджер является самым крупным специалистом по ресторанному обслуживанию. Он должен разбираться во всех типах банкетов и способах подачи закусок, блюд и напитков.

Банкеты-приёмы в зависимости от формы обслуживания можно разделить на несколько видов: банкет за столом с полным обслуживанием официантами; фуршет; коктейль, банкет-приём со смешанным обслуживанием; банкет-чай.

Массовые мероприятия обычно проходят с присутствием значительного числа гостей, что позволяет единовременно получить значительную прибыль. Улучшая качество обслуживания, есть вероятность того, что гости, присутствующие на массовых мероприятиях при отеле обратят внимание на другие услуги отеля, и пи лояльном отношении вернутся вновь, что также приведет к неизбежному положительному эффекту.

Организация массовых мероприятий при отеле в целях совершенствования службы питания представляет собой мало-капиталоемкую модернизацию. Это связано с тем, что основные капитальные затраты на реализацию, такие как организация банкетной службы, оборудование специализированных залов для проведения мероприятий и подготовка необходимой посуды, обучение персонала на данный момент уже произведены. В целях активизации данного направления совершенствования службы питания в этой работе, рекомендовано провести маркетинговую кампанию, направленную на привлечение целевой аудитории.

3.2. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫЕЗДНОГО ПОЛНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Кейтеринг вне гостиницы наиболее популярен в индустрии питания. Он предусматривает обслуживание на территории заказчика в соответствии с его требованиями. Характерным примером является деятельность ресторанов выездного обслуживания по организации приемов, банкетов в здании фирмы, на загородной даче, в квартире и т. д.

При организации банкета или презентации вне ресторана с заказчиком согласовывают:

- характер банкета, количество и состав участников;
- время начала банкета и его продолжительность;
- меню и карту вин;
- состав помещений и схему расстановки столов.

В порядке подготовки к банкету работники ресторана знакомятся с помещениями, которые выделены для его проведения. На основании сделанного заказа рассчитывают количество посуды, приборов, столового белья. Одновременно менеджер, организующий выездной банкет, определяет количество официантов.

На основании расчета подбирают посуду, приборы, белье. Упаковывают в контейнеры, оклеенные внутри тканью, с отделениями для определенного вида посуды с целью предотвращения боя. С учетом согласованного с заказчиком меню работники производства и сервис-бара готовят закуски, блюда, полуфабрикаты, кулинарные и кондитерские изделия,

подготавливают напитки. Заблаговременно в день проведения мероприятия отправляют их на место с учетом установленных сроков хранения продукции. В этом случае исполнитель услуг несет ответственность за приготовление и доставку блюд, сервировку и декорирование буфетов-баров, банкетных столов, уборку залов и осуществляет полный расчет по окончании мероприятия в соответствии с ранее заключенным договором. Для кейтеринга используются специально оборудованные автомобили, прицепы и полуприцепы, особенно в местах массового отдыха - парках, садах.

Преимущество кейтеринга вне гостиницы состоит в том, что многие издержки (аренда помещений, накладные расходы, оплата коммунальных услуг, налоги) могут быть значительно ниже, чем для кейтеринга в помещении. Недостаток - высокие расходы на транспортные средства и специальное оборудование для хранения и доставки приготовленных блюд, кулинарных и кондитерских изделий, напитков.

Разъездной кейтеринг - доставка полуфабрикатов на строительные и съемочные площадки, в офисы, где требуется обеспечить питанием группы людей. Для приготовления пищи из полуфабрикатов на территории заказчика предприятию общественного питания - исполнителю услуги требуется специализированное передвижное оборудование. Поэтому этот вид кейтеринга связан со значительными финансовыми затратами.

VIP кейтеринг - предусматривает выездное ресторанное обслуживание с привлечением высококвалифицированных повара и официанта. В помещении заказчика и под его наблюдением осуществляется полный цикл обработки продуктов и приготовления блюд. Данные лица могут сопровождать заказчика в длительных турне.

Первоначальные затраты на организацию кейтеринга в гостинице «Атриум Палас Отель»:

Итак, проведем расчет расходов подготовительного периода**.**

Расчет затрат на приобретение офисного оборудования нам не потребуется, так как все необходимое имеется в службе питания гостиницы. (Компьютер, ноутбук, копировальный аппарат, телефонная связь). Оборудование, мебель, текстиль и посуда уже имеются на предприятии, для организации выездного обслуживания до 100 человек. Сделаем предварительный расчет затрат по заработной плате предполагаемых работников, опираясь на использование повременной системы оплаты труда (таблица 12).

Таблица 12 - Расчет затрат по заработной плате персонала, руб.

Наименование должности	Количество ставок	Зарплата в месяц	Зарплата с начислениями взносов (ПФ и СС*) за месяц
Менеджер кейтеринга	2	40 000	46 620
Шеф-повар	1	30 000	34 965
Повар	2	46 000	53 614
ИТОГО:	7	116 000	135 199

*ПФ и СС – взносы на обязательное пенсионное страхование (14%) и на социальное страхование (0,2%), в целом составляет 14,2% от заработной платы работников и будут перечисляться ежемесячно.

Также, надо еще учесть ежемесячные постоянные (общехозяйственные) расходы, связанные с обеспечением производственной и управленческой деятельностью будущего предприятия.

Таблица 13 - Расчет оборотных фондов за месяц, тыс.руб.

Наименование затрат	Стоимость	На период
Коммунальные услуги	40.000	В течении производственного периода
Хозяйственные нужды (моющиеся средства, канцелярия и т.д.)	15.000	В течении производственного периода
Прочие (обслуживание оргтехники, транспортные расходы и и.д.)	50.000	В течении производственного периода
ИТОГО:	105.000	

Расходы, получаемые в ходе проведения банкета. Для проведения банкета на 25 человек нам необходимо:

- 2 официантов, оплата труда составляет 110 руб. в час на одного, а так как среднее время проведения банкета 8 часов, то получаем - 1.040руб/чел. за выход. Так как мы планируем 10 банкетов в месяц, то получаем 17 600 руб.

- 1 грузчик, оплата труда составляет 1.000руб. за выход. При проведении 10 банкетов в месяц он получит 10 000 руб.

- 1 повара, оплата труда составляет 1.500 руб. за выход. Примерно 5 выходов в месяц В месяц 1 повара получат 7 500 руб.

- 1 мойщица, 700 руб. за выход х 10 банкетов, итого 7 000рублей

- 1 уборщица, 700 руб. за выход х 10 банкетов, итого 7 000 рублей

ИТОГО: в месяц нам необходимо 49100 руб. на обслуживающий

персонал, требуемый для обслуживания банкетов.

Как видно, оказание подобных услуг является рентабельным, текущие расходы будут обеспечиваться проведением 1 банкета в месяц.

Рассмотрим экономическую эффективность подобных мероприятий (Таблица 10):

Таблица 10 - Расходы для организации кейтеринга в «Атриум Палас Отеле»

№ п/п	Статья затрат	Сумма
1	Затраты на офисное оборудование	0
2	Пред-производственные затраты	0
3	Затраты на з/п	135 199
4	Затраты на оборотные фонды	105 000
5	Затраты на обслуживающий персонал (вызываемый со сторонних организаций)	49 100
	ИТОГО:	289 299

Мы планируем провести минимально 10 банкетов в месяц примерно на 25 человек. Следовательно, наша предполагаемая прибыль составит:

25 человек*3000рублей*10 банкетов= 750 000 рублей.

Общий доход в месяц: 750 000 рублей.

Индекс прибыльности является относительным показателем эффективности проекта и определяется как отношение приведенной стоимости денежных поступлений к приведенной стоимости денежных выплат (включая первоначальные инвестиции):

Индекс прибыльности =750 000 / 289 299 = 2,5

Обязательное условие для организации кейтеринга: индекс прибыльности должен больше 1 (единицы) - рентабельно. Таким образом, новая услуга будет приносить нам дополнительный доход и все затраты довольно быстро окупаться.

Как видно из показателя рентабельности предложенных мероприятий является эффективным, следовательно, руководство гостиницы должно

заинтересовать вложение инвестиции в разработку и внедрение системы усовершенствования проведения тематических развлекательных мероприятий.

В современных условиях необходима оценка и социально-экономической эффективности подготовки кадров. Вытекает необходимость разработки новых методологических подходов, органично учитывающих сложную взаимозависимость экономических и социальных показателей деятельности личности.

Признание взаимосвязи экономического и социального эффектов выдвигает проблему определения способов оценки затрат и соответствующих результатов, уточнение их содержания, факторов, влияющих на рост эффективности. Важной задачей является выяснение принципиальной возможности количественного измерения, т. е. формализация показателей экономической и социальной эффективности подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Индустрия гостеприимства является самым важным элементом социальной сферы. Она играет важную роль в повышении эффективности общественного производства, и соответственно, роста жизненного уровня населения. Важным элементом в гостиничном обслуживании являются услуги ресторанного хозяйства. Ни для кого не секрет, что гостиница - это не только место, где спят, но и место, где едят, как минимум завтракают.

Для большинства клиентов уровень отеля напрямую связан с качеством системы питания, на которую, к сожалению, сегодня приходится большая часть нареканий. Именно поэтому, так важно организовать грамотное функционирование ресторанной службы при гостинице.

В данной работе были решены следующие задачи: Изучили теоретический аспект организации услуг питания в современном гостиничном предприятии.

Можно выделить три основные формы организации питания в гостиничном обслуживании:

- Питание, оплачиваемое исключительно и только самим клиентом;
- Питание, не включенное в цену номера;
- Питание, предоставляемое за доп. плату.

При организации обслуживания в ресторанах гостиничных комплексов обычно предлагаются следующие условия питания:

- Полный пансион;
- Полупансион;
- Только завтрак;
- Все включено.

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) – all inclusive (все включено в стоимость).

Также нами был проведен анализ организации услуг питания в гостинице «Атриум Палас отель»

Организации услуг питания в гостинице «Атриум Палас отель» предоставляется, через:

- Службу «Room-Service»;
- Банкетную службу;
- Ресторан «La Ronde»;
- Кафе «Vienna Café House».

Под совершенствованием услуг питания в гостинице в данной работе мы понимаем увеличение выручки от оказания данных услуг и улучшение качества обслуживания, что позволит более эффективно привлекать клиентов и увеличить долю постоянных клиентов «Атриум Палас Отель».

В качестве мероприятий по совершенствованию услуг питания нами были предложены такие мероприятия как проведение массовых мероприятий при гостинице и организацией кейтеринговой деятельности банкетной службы.

Также было проведено экономическое обоснование предложенных мероприятий, в ходе которого была выявлена их высокая рентабельность. Предложенные мероприятия могут быть эффективны и будут способствовать совершенствованию оказания услуг в «Атриум Палас Отель».

Таким образом цель данной работы достигнута: Провели исследования и разработали мероприятия по совершенствованию услуг питания в гостинице «Атриум Палас Отель».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимова Е. Постоялец для гостиниц - званый гость или хуже татарина? / Е. Акимова // Гостиничное дело. - 2011. - № 4. - С. 32-39.
2. Акимова Е. Четыре стратегии для достижения успеха / Е. Акимова // Гостиничное дело. - 2013. - № 5. - С. 34-39.
3. Арбузова Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг : учеб. пособие / Н. Ю. Арбузова. - Москва : Академия, 2012. - 224 с.
4. Баумгартен Л. В. Сущность, специфика, принципы, функции, цели и задачи маркетинга гостиничных услуг / Л. В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. - 2013. - № 5. - С. 81-90.
5. Баумгартен Л.В. Стандартизация — методическая основа качества деятельности и обслуживания гостей сетевыми гостиницами // Менеджмент качества. - 2015. - № 1. - С. 66-72.
6. Баумгартен Л.В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг : учеб. для студ. учреждений высш. проф. образования / Л.В. Баумгартен. — М. : Изд. центр «Академия», 2013. — 288 с. — (Бакалавриат).
7. Брашнов Д.Г. Основы индустрии гостеприимства : учеб. пособие / Д.Г. Брашнов, Е.В. Мигунова ; Рос. акад. образования, НОУ ВПО "Моск. психол.-социал. ун-т". - М. : Флинта НОУ ВПО "МПСУ", 2013. - 215 с. - Библиогр. в подстроч. примеч..
8. Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие. 2-е изд., стер. - М.: Новое знание, 2011
9. Валединская Е. Н. Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике / Е. Н. Валединская // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2012. - № 4. - С. 79-86.
10. Гаврищук М. Как сохранить и приумножить клиентуру / М. Гаврищук // Гостиничное дело. - 2013. - № 1. - С. 28-33.

11. Гончаров, В. В. Гостиничный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 101110 "Гостинич. дело" / В. В. Гончаров, М. А. Горенбургов. - Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2013

12. Гомилевская Г. А. Организационно-управленческие инновации в повышении эффективности гостиничного бизнеса (на примере Приморского края) : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Гомилевская Г. А. – Владивосток : Изд-во ВГУЭиС, 2010.

13. Гостиничное хозяйство Свердловской области в 2010 году [Электронный ресурс]: стат. бюл.: (шифр 12059) / Федер. служба гос. статистики, Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Свердл. обл. ; [отв. за вып.: С. В. Макеева, Н. И. Еремеева]. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - Екатеринбург: [б. и.], 2011.

14. Дурович А.П. Менеджмент гостиниц и ресторанов, 2013

15. Жуков А.В. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных услуг на основе применения инсентив-программ : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Жуков Александр Вадимович ; [место защиты: Гос. ун-т упр.]. - М., 2014. - 172 с. : ил. ; Автореферат [Электронный ресурс]. – URL:http://guu.ru/files/referate/2014/jukov_a_avt.pdf (15.05.2016).

16. Зайцева, Н. А. Управление персоналом в гостиницах: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 100400 "Туризм" и 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева. - Москва: ФОРУМ: [ИНФРА-М], 2013

17. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: электрон. учеб. для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; [пер. с англ. В. Н. Егорова]. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва: ЮНИТИ, 2011

18. Кобяк М. В. Стандарты в гостиничной индустрии как функциональный компонент качества / М. В. Кобяк // Вестник Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова. - 2011. - № 2. - С. 72-76.

19. Козлов Д. А. Прогнозирование и управление доходами в гостиничном бизнесе Российской Федерации: проблемы и пути совершенствования // Д. А. Козлов, Л. А. Попов // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. - 2013. - № 12. - С. 49-56.

20. Кондратович З. Взаимовыгодные отношения с турфирмами / З. Кондратович // Гостиничное дело. - 2013. - № 4. - С. 44-49.

21. Кондратович З. Инструменты управления качеством сервиса / З. Кондратович // Гостиничное дело. - 2013. - № 1. - С. 22-27.

22. Кононова И.В. Управление качеством обслуживания в гостиничном бизнесе : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Кононова Инна Валерьевна ; [место защиты: Балт. акад. туризма и предпринимательства] / Кононова Инна Валерьевна. - СПб., 2012. - 173 с. : ил. ; Оглавление; Введение; Заключение; Список лит. [Электронный ресурс]. – URL:http://www.dissercat.com/content/upravlenie-kachestvom-obsluzhivaniya-v-gostinichnom-biznese (15.05.2016).

23. Кондратович З. Как выбраться из лабиринта низкого сезона / З. Кондратович // Гостиничное дело. - 2013. - № 5. - С. 14-19.

24. Корнеев Н. В. Технология гостиничного сервиса : учеб. / Н. В. Корнеев. - Москва : Академия, 2011. - 272 с.

25. Кошелева А. И. Гостиничные предприятия туристско-экскурсионного типа как инструмент развития индустрии туризма и гостеприимства в г. Москве / А. И. Кошелева // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2013. - № 2. - С. 50-58.

26. Лымарева О.А. Корпоративная культура как элемент менеджмента персонала гостиничного предприятия / Лымарева О.А., Миненкова В.В. // Теория и практика обществ. развития. - 2011. - № 2. - С. 339-342 ;

27. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. - М.: Издательский центр «Академия», 2011. Учебник

28. 7. Лысенкова Е. Гостиничный бизнес должен рассчитывать

только на себя // Гостиничное дело. — 2009. — № 2. — С. 24-27 :

29. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата: учебник для бакалавров по специальности 080401 "Экономика труда". / В. М. Маслова; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2014. - 492 с.

30. Медлик С. Гостиничный бизнес: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) [пер. с англ. А. В. Павлова]. – М.: ЮНИТИ, 2013.

31. Михеева Н.А. Региональный мониторинг гостиничных услуг и прогнозирование: учебник к использованию в образовательных учреждениях, реализующих образовательные программы высшего профессионального образования по специальности 100103.65 "Социально-культурный сервис и туризм". – СПб: Троицкий мост, 2013

32. Малых Н. И. Экономика гостиничного предприятия : учеб. пособие / Н. И. Малых, Н. Г. Можаева. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. - 319 с.

33. Мартышенко Н. С. Мировой туризм расширяет долю частного сектора размещения / Н. С. Мартышенко // Экономика и предпринимательство. - 2013. - № 1. - С. 318-322.

34. Могильникова С.С. Корпоративная культура и стандарты на предприятиях туризма [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум : V Междунар. студен. электрон. науч. конф. 15 февр.–31 марта 2013 г. – М., 2013. – URL: http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/6354.pdf (15.05.2016).

35. Морозова М. А. Формирование сетевого гостиничного продукта в условиях глобализации и интернационализации мирового туристического рынка / М. А. Морозова // Вестник национальной академии туризма. - 2013. - № 4. - С. 12-14.

36. Овчинникова Е.В. Корпоративные стандарты обслуживания, как фактор повышения удовлетворенности клиентов / Овчинникова Е.В.,

Горюшкина Е.В. // Инновации в науке, производстве и образовании : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф., 14-16 окт. 2013 г. / [редкол.: К.Н. Гаврилов и др.]. - Рязань, 2013. - С. 185-189. - Библиогр. в конце докл.

37. Особенности качества гостиничных услуг [Электронный ресурс] // Tourfaq.net : сайт. - [Б.м.], 2012. - URL: http://tourfaq.net/hotel-business/osobennosti-kachestva-gostinichnyx-uslug/ (15.05.2016).

38. Пермякова Н.И. Клиентоориентированные стандарты как часть корпоративной культуры предприятия размещения // Курорт.-рекреац. комплекс в системе регион. развития: инновац. подходы. - 2015. - Т. 1, № 1. - С. 64-66.

39. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах : учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования, обучающихся по специальности "Гостинич. бизнес" / А.В. Сорокина. - М. : Альфа-М ИНФРА-М, 2014. - 303 с. - Библиогр.: с. 296-299 и в подстроч. примеч.

40. . Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг / Марек Турковский ; пер. с пол. И. И. Иванюка. – М. : Финансы и статистика 2008. – 293 с.

41. Чернов В. А. История становления гостиничного дела на Востоке Российской империи : монография / В. А.Чернов ; М-во транспорта РФ [и др.]. – Хабаровск : ДВГУПС 2012. – 231 с. : ил., табл.

Приложение А

Таблица 3 - Динамика персонала отдела питания и напитков

Показатели	2013	2014	2015
1. Общая среднесписочная численность персонала, чел.	46	42	44
2. Удельный вес штатных работников, %	90	88	91
3. Среднесписочная численность персонала контактной зоны	22	19	18
4. Текучесть кадров %	12	10	10
5. Средний возраст, лет	27	26	24
6. Средний стаж работы на данном предприятии, лет	6	4	3
7. Структура образования (среднее, среднее профессиональное, высшее), %	среднее проф.	среднее проф.	среднее проф.
8. Преобладающие формы повышения квалификации, в том числе по должностям (семинары, тренинги и т.д.)	тренинги	тренинги	Тренинги

Приложение Б

Организационная структура управления гостиницы «Атриум Палас Отель» изображена на рисунке 8, где:

- СПиР – служба приема и размещения;
- ОПиН – отдел питания и напитков;
- СНФ – служба номерного фонда;
- АХО – административно-хозяйственная служба;
- ТС – техническая служба;
- БУХ – бухгалтерия;
- СБ – служба безопасности и юридическая служба;
- ИТ – отдел информационных технологий;
- СП – служба персонала;
- ОП – отдел продаж;
- ТрС – транспортная служба;
- ОМиР – отдел маркетинга и рекламы.

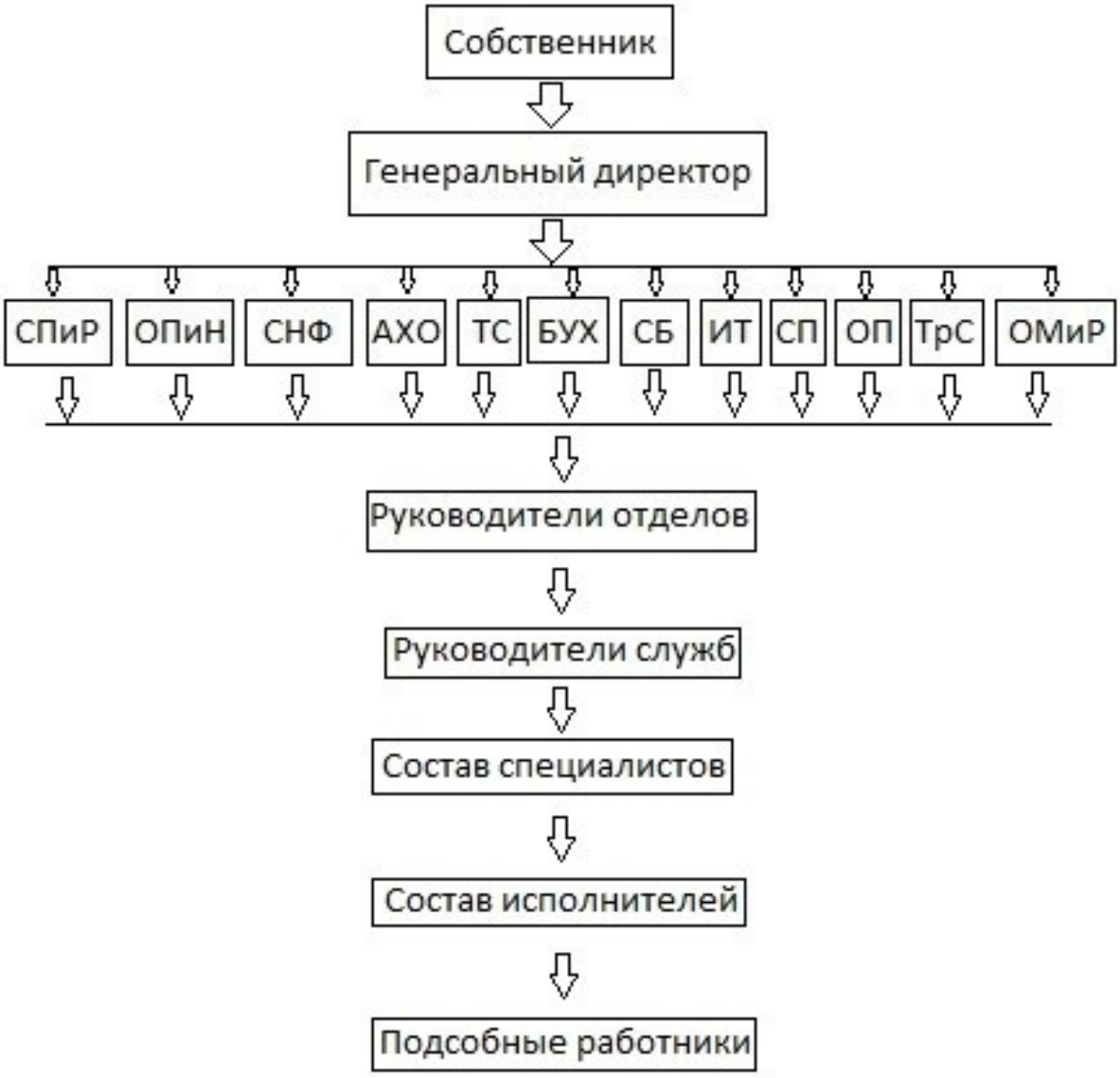

Рисунок 8 - Организационная структура управления гостиницы «Атриум Палас Отель»

Приложение В

Таблица 4 - Функции работников переднего плана:

Функциональная зона	Наименование должности	Функции работника
Барная стойка	Бармен	Консультирование по выбору блюд и напитков, приготовление напитков, расчет гостя.
Вход в кафе	Менеджер	Встреча гостей, консультирование по выбору блюд и напитков, решение конфликтных и спорных ситуаций, контроль качества обслуживания.
Вход в ресторан	Администратор	Встреча гостей, консультирование по выбору блюд и напитков, решение конфликтных и спорных ситуаций, контроль качества обслуживания.
Гостевой зал	Официант	Приём заказа, консультирование по меню, вынос блюд и напитков.

Таблица 5 - Функции работников заднего плана:

Функциональная зона	Наименование должности	Функции работника
Кабинет руководителя отдела	Руководитель отдела	Руководство отделом
Кухня (произв)	Шеф-повар, технолог	Контроль приготовления блюд в соответствии с ТТК, контроль поддержания состояния помещений и условий хранения.

Окончание таблицы 5:

Функциональная зона	Наименование должности	Функции работника
Кухня (произв)	Повара / Кондитера	Приготовление блюд
Функциональная зона	Наименование должности	Функции работника
Снабжение	Менеджер по закупу	Мониторинг и закуп товара и оборудования
Мойка	Мойщицы / Уборщицы	Мойка и уборка посуды, оборудования и инвентаря. Поддержания чистоты во всех служебных и гостевых зонах отдела

Приложение Г

Таблица 6 – Требования к персоналу гостиницы «Атриум Палас Отель»:

Должность	Характеристики			
	Знания	Умения	Навыки	Личностные качества
1. Руководитель ОПиН	Англ.яз., правил этикета, знания компьютера, стандартов обслуживания, сан.норм, местный рынок продуктов и напитков, международной кухни, характеристик ликеро-водочных изделий	Работать в программах гостиничной индустрии (iiko, opera), контролировать цены, составление бюджета, составления меню и карты вин	Обучения персонала, контроля слада, проведения инвентаризаций, методика анализа продаж,	Быть в состоянии работать эффективно в условиях необходимости выполнения большого объема работ за короткое время. А также владеть вопросами составления документации, организации труда, применения средств вычислительной и организационной техники, культуры труда и служебной этики.
2. Менеджер кафе	Англ.яз., правил этикета, технику безопасности, внутренние приказы, правил эвакуации, структуру управления отелем, правила внутреннего распорядка	Работать в программах гостиничной индустрии (iiko, opera),	Обладать творческим мышлением, обладать	владеть вопросами составления документации, организации труда, применения средств вычислительной и организационной техники, культуры труда и служебной этики.

Приложение Д

Меню «Room Service»

Vienna

Обслуживание номеров

Основные горячие блюда

ФИРМЕННЫЙ БУРГЕР с домашним кетчупом и салатом Коул-слоу.....250 г. **480 руб.**

МЕДАЛЬОНЫ ИЗ ГОВЯДИНЫ, запеченные с томатным соусом и сыром.....260/20 г. **580 руб.**

ПОЖАРСКИЕ КОТЛЕТКИ с горшком по-французски и картофельным пюре.....120/110/15 г. **380 руб.**

ЛАЗАНЬЯ ПО-БОЛОНСКИ со спелыми томатами, базиликом и соусом Бешамель.....340 г. **420 руб.**

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ЛОСОСЬ, запеченный с мидиями, подается со шпинатом и лимонным соком.....220 г. **720 руб.**

Десерты

ЯБЛОЧНЫЙ ШТРУДЕЛЬ с ванильным мороженым.....180/40 г. **320 руб.**

ТВОРОЖНЫЙ ШТРУДЕЛЬ с легким ванильным соусом.....180/80 г. **420 руб.**

ТИРАМИСУ с нотками апельсина.....150 г. **320 руб.**

ЧИЗКЕЙК С КАРАМЕЛЬНОЙ КОРОЧКОЙ и вишневым вареньем.....150 г. **250 руб.**

МИЛЬФЕЙ с легким сырным кремом и свежими ягодами.....100 г. **360 руб.**

Мороженое и Сорбеты

ДОМАШНЕЕ МОРОЖЕНОЕ: ваниль, фисташка, маракуйя или фиалка.....40 г. **70 руб.**

ЛЕГКИЕ СОРБЕТЫ: ананас, малина или киви.....40 г. **70 руб.**

ТОПИНГИ: хрустящий микс, обжаренные орешки, свежие ягоды.....20 г. **100 руб.**

СОУСЫ: ванильный, шоколадный, ягодный, карамельный.....20 г. **30 руб.**

Безалкогольные напитки

Сок в ассортименте.....200 мл. **90 руб.**

Свежевыжатые соки в ассортименте.....200 мл. **200 руб.**

Минеральная вода Ключевая Premium.....330 мл. **250 руб.**

Газированные напитки (Кока-кола, Фанта, Спрайт, Швепс тоник).....250 мл. **250 руб.**

Вина по бокалам

Вино полусухое Фолонари, Италия кр./бел. .....100 мл. **200 руб.**

Вино сухое Казильеро Дель Дьябло, Чили кр./бел. .....100 мл. **350 руб.**

Пиво разливное

Фирменное .....300 мл. **100 руб.**

Фирменное.....500 мл. **150 руб.**

Уважаемые гости, обращаем Ваше внимание, что стоимость доставки заказа в номер составляет 200 руб. Чтобы сделать заказ позвоните по номеру 1220. Хорошего дня!

Vienna

Обслуживание номеров

Закуски

РОСТБИФ с запеченной паприкой и маринованным луком.....150 г. **480 руб.**

ПРЯНОЕ ФИЛЕ СЕЛЬДИ с картофельным салатом.....180 г. **240 руб.**

СОЛЕНЫЕ ГРУЗДИ с домашней сметаной, луком и ароматным маслом.....190 г. **350 руб.**

Салаты

ОЛИВЬЕ с языком теленка и красной икрой.....200 г. **320 руб.**

ЦЕЗАРЬ с грудкой цыплёнка.....240 г. **420 руб.**

ЦЕЗАРЬ с тигровыми креветками.....225 г. **620 руб.**

ГРЕЧЕСКИЙ САЛАТ с оливками Каламата и сыром Фета.....230 г. **380 руб.**

Ассорти

МЯСНЫЕ ДЕЛИКАТЕСЫ ростбиф, буженина, рулет из цыпленка и телячий язык.....215 г. **500 руб.**

РЫБНЫЕ ДЕЛИКАТЕСЫ слабосоленый лосось, пряная сельдь, муксун холодного копчения, нерка холодного копчения и маринованные мидии.....300 г. **790 руб.**

МАРИНОВАННЫЕ ОВОЩИ В СРЕДИЗЕМНОМОРСКОМ СТИЛЕ паприка, баклажаны, артишоки, вяленые томаты, греческие оливки и сыр Фета.....240 г. **600 руб.**

ТРАДИЦИОНЫЕ РУССКИЕ РАЗНОСОЛЫ огурцы, помидоры, грибы, патиссоны, квашеная капуста, лук и чеснок.....285 г. **380 руб.**

КРУДИТЕ С ДЕРЕВЕНСКОЙ СМЕТАНОЙ паприка, огурцы, помидоры, редис, морковь и сельдерей.....270 г. **270 руб.**

СЫРЫ С МЕДОМ, ОРЕХАМИ И СУХОФРУКТАМИ выдержанный козий, Гранд Блю, Камамбер, Пармезан и Моцарелла.....230 г. **750 руб.**

СЕЗОННЫЕ ФРУКТЫ.....680 г. **560 руб.**

Горячие закуски

КЛАБ-СЭНДВИЧ с грудкой цыпленка, беконом, сыром Чеддер, яйцом и хрустящим салатом.....250 г. **320 руб.**

РАГУ ИЗ МОРЕПРОДУКТОВ с томатами и соусом Айоли.....190 г. **460 руб.**

Супы

БОРЩ С ТОМЛЕНОЙ УТКОЙ, ржаными тостами и смальцем.....250/30/10 г. **250 руб.**

ДОМАШНИЙ КУРИНЫЙ БУЛЬОН с яйцом, фрикадельками и зеленым горошком.....280 г. **220 руб.**

УХА ИЗ ЛОСОСЯ И СУДАКА с подпеченными овощами.....270 г. **320 руб.**

Уважаемые гости, обращаем Ваше внимание, что стоимость доставки заказа в номер составляет 200 руб. Чтобы сделать заказ позвоните по номеру 1220. Хорошего дня!

Приложении Е

BREAKFAST

ДАТА
DATE _____

Количество человек
Persons _____

Комната №…….. Room # Фамилия гостя Guest name	Заезд…… Arrival date
Время доставки Delivery time	Дата доставки Delivery date
Заявку принял Order taken by	Signature Подпись

Меню:

Каши на заказ
(приготовленные на воде или молоке,
овсяная, ржаная, рисовая, из 4 видов злаков)
Яичница глазунья
Омлеты на заказ
Американский – с ветчиной
Швейцарский – с сыром
Норвежский – с копченым лососем
Мюсли
Молоко
Йогурт
Тарелка с мясной нарезкой
Тарелка с булочками, тостами, круассанами
Фруктовое ассорти
Сок апельсиновый, ананасовый, яблочный
Кофе
Чай
Масло
Джем

Menu:

Wide range of porridges
(cooked on milk or water
oatmeal, rye, rice, 4 kinds of grasses)
Fried eggs
Omelets to order (two sides omelets)
American omelet with ham
Swiss omelet with cheese
Norwegian omelet with smoked salmon
Musly
Milk
Yoghurt
Sliced meat
Plate with rolls, toasts, croissants
Fruit plate
Orange, apple, pineapple juice
Coffee
Tea
Butter
Jam