

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………..2

1 Организация службы питания в гостинице и ее отличия от независимых ресторанов...................................................5

1.1Функции службы питания……………………………..6

1.2 Структура управления предприятиями питания гостиницы………………………………………………….19

1.3 Классификация предприятий питания……………….21

1.4 Особенности работы ресторана при гостинице…….25

2 Анализ проблем службы питания …………………….28

3 Анализ проблем организации функционирования службы питания отеля Ибис……………………………..32

3.1 Общая характеристика отеля «Ibis Krasnodar Center..32

3.2 Анализ проблем ibis Kitchen…………………………36

3.3Предложения по совершенствованию Ибис Краснодар Центр……………………………………………………….38

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………..…..39

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ………42

ВВЕДЕНИЕ

Услуга оказания питания в гостиничных комплексах является одной из основных, поэтому очень ценится в высококатегорийных гостиницах. Питание – это неотъемлемая часть процесса оказания услуг в отелях в целом. Она приносит дополнительный доход гостиницам, потому что имеет место быть. Обслуживание гостей в ресторанах разных гостиниц отличается друг от друга и способами подачи блюд, и типами меню, и квалификацией рабочего персонала, а главным образом стандартами гостиниц. Я решила выбрать эту тему для написания моей курсовой работы, потому что я считаю ее наиболее актуальной в наше время. С развитием туризма во всем мире за последнее время появилось очень большое число различных гостиниц, и каждая имеет свои требования и правила оказания различных услуг. Работа гостиничного ресторана несколько отличается от работы обычного ресторана. Время работы гостиничного ресторана должно быть таким, чтобы удовлетворять подавляющее большинство постояльцев даже, если для этого в отдельные часы работа этого ресторана не будет приносить прибыли. При этом до 70% гостей отеля не обедают в гостиничном ресторане и до 50% не ужинают в нем, а 2/3 дохода ресторана поступают от сторонних посетителей. Отсюда следует важный вывод: гостиничный ресторан должен иметь отдельный вход с улицы и свою автомобильную стоянку.

Для того чтобы привлечь клиентов, управленцы гостиниц придумывают разнообразные способы и приемы. В основном это зависит от способов оказания услуг клиентам, т.е. что каждая услуга включает в себя, и какие у нее преимущества перед такими же услугами других гостиниц. Предоставление услуг питания в гостиницах занимает второе место после предоставления услуг проживания, т.е. находится в одной из главных позиций. Предоставление питания может существенно повлиять на мнение клиента гостиницы об отеле. Поэтому каждый работник службы питания в гостинице пытается досконально продумать каждую деталь оказания услуги, чтобы удовлетворить клиентов.

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.

 Объект исследования - служба питания на гостиничном предприятии
     Предмет исследования – процессы работы службы питания в гостиничном предприятии.
     Цель  курсовой работы - изучить принципы организации и технологии работы службы питания.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1.Рассмотреть организацию службы питания в гостиничном предприятии и ее отличия от независимых ресторанов.

2.Провести анализ проблем работы службы питания.

3.Провести анализ проблем организации функционирования службы питания отеля Ибис.

Методы исследования:

-анализ научной литературы

-включенное наблюдение

-анализ интернет-источников

-сравнительный метод

-анализ документов

Теоретической базой дипломной работы стали результаты теоретических и практических трудов известных авторов в области общественного питания, индустрии сервиса и туризма: Волков Ю.Ф., Биржаков М.Б., Ляпина И.Ю., Никифоров В.И., Усов В.В., Богушева В.И., Уокер Дж. и др.

1 Организация службы питания в гостинице и ее отличия от независимых ресторанов.

До 50-х гг. XX в. ресторан в гостинице был второстепенным источником дохода. Иногда он даже был для владельца отеля скорее обузой. Считалось допустимой небольшая убыточность ресторана, которая покрывалась доходами от номерного фонда. С другой стороны, постоялец отеля часто считал еду в ресторане отеля неважной по качеству и предпочитал обедать и ужинать вне гостиницы.

Однако по мере снижения загрузки гостиниц, роль службы питания как источника дохода стала возрастать, и в настоящее время практически сравнялась с ролью номерного фонда. Отсюда повышенное внимание к этой службе — рестораны отелей становятся все более роскошными, число их в одном отеле увеличивается, появляются специализированные рестораны с национальными кухнями, кофейни, бары и т.д. Сейчас чем выше класс отеля, тем значительнее роль ресторана.

Подразделение службы питания представляет собой неотъемлемую часть гостиничного бизнеса. Гостиничные рестораны – это не только престиж и лицо гостиницы, но и основной источник прибыли (примерно 1/3 доходов гостиничного комплекса).

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

полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед, ужин) – full board (FB);

полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) – half board (HB);

только завтрак, то есть одноразовое питание – bed and breakfast (BB).

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. На завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице.

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).

.

1.1 Функции службы питания

Служба питания гостиницы обеспечивает обслуживание гостей, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и др. праздничных мероприятий.

1. Секция обслуживания номеров

Термин «обслуживание номеров» ранее употреблялся по отношению к обслуживанию жилых номеров отеля. В данном случае рассматриваем его в более узком смысле – подача еды и напитков в номера.

Для повышения качества работы данной секции пищевого комплекса гостиницы необходимо:

· во-первых, наладить своевременное выполнение заказов, особенно завтраков, так как эта услуга наиболее популярна среди гостей;

· во-вторых, неуклонно добиваться снижения цен за услуги секции.

Планируя работу секции, менеджер должен:

· заказать необходимое количество оборудования, например сервировочные тележки, подносы, посуду с крышками и специальными колпаками для сохранения температуры подачи, столовые принадлежности;

· составить график работы служащих. Составляя график, менеджер выделяет соответствующее число обслуживающего персонала, исходя из планируемого объёма работ.

Особая предусмотрительность требуется при выполнении меню. Заготовленная впрок пища должна и выглядеть аппетитно, и не терять своей доброкачественности. Большинство блюд, рекомендуемых для заказа в номер, берётся из ресторанного меню, чтобы избежать лишних забот, связанных с их приготовлением.

При назначении цен на отдельные блюда необходим реалистичный подход или гости просто откажутся от ваших услуг.

Наиболее распространённой системой обслуживания в номерах гостиницы является обслуживание через вспомогательные поэтажные буфеты-бары. Помещение буфета-бара должно быть связано с раздачей кухни-ресторана, служебным лифтом, лестницей и телефоном.

В зависимости от числа номеров, контингента проживающих в гостинице, вспомогательные поэтажные буфеты могут быть на каждом жилом этаже гостиницы или один буфет на несколько этажей. Если в гостинице поэтажных буфетов нет, питание в номерах будет организовываться непосредственно из ресторана. При этом желательно, чтобы посуда, приборы существенно отличались от одноименных предметов, используемых в ресторане данной гостиницы.

Работу по обслуживанию номеров целесообразно поручать двум официантам:

· один занимается подготовкой заказов, следит за своевременной подачей каждого из них, делает подборку посуды, приборов и белья, специй, хлеба, укладывает их на тележки или подносы, готовит закуски и напитки, подаёт их в номер, принимает новые заказы;

· второй официант в основном доставляет продукты из ресторана в подсобный буфет, а в свободное время помогает первому официанту.

В каждом номере гостиницы должен быть номер телефона диспетчера секции обслуживания номеров, у которого можно получить нужную справку и сделать заказ на обслуживание в номере. Кроме того необходима световая или иная сигнализация из номеров гостиницы в коридор и буфет для вызова официанта в номер.

Приём заказов и их выполнение производится в следующем порядке. Проживающий в гостинице по телефону связывается с дежурным диспетчером и заказывает в номер завтрак, обед, ужин или какие-нибудь напитки. Диспетчер, принимая заказ, записывает (желательно на специальном бланке): номер комнаты, в которую следует подать заказ, число гостей, подробное наименование и число порций заказанного, время приёма заказа и время подачи его в номер. Приняв заказ, диспетчер передаёт его по телефону для исполнения.

Оперативная и точная передача информации – залог качественного обслуживания номеров. На одном конце канала связи – получение заказа, на другом – довольный клиент.

2. Отдел обслуживания массовых мероприятий

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.

Заведующий секцией 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.

Организация любого банкета включает приём заказа, подготовку к проведению банкета и обслуживание

*3.* Кейтеринг

 Этот термин подразумевает обслуживание вне помещений предприятий питания. Характерными примерами такого обслуживания является организация пикников, банкетов, фуршетов, свадеб и других мероприятий, когда для их проведения приглашаются профессиональные менеджеры. Этот вид сервиса особенно актуален в летнее время.

Для проведения кейтеринга в организационной структуре гостиничного комплекса создается отдельная служба – служба кейтеринга. Помимо организации банкетного обслуживания служба кейтеринга занимается техническим обеспечением мероприятий.

Главным преимуществом процесса организации кейтеринга на базе гостиничного комплекса является наличие многофункциональных помещений, специально оборудованных для проведения различного рода мероприятий. Как правило, помещения для кейтеринга находятся на первом или на втором этажах гостиницы, чтобы участники мероприятий, не являясь гостями отеля, могли свободно попасть в банкетные и иные залы, не сталкиваясь с системами по охране номерного фонда.

4. Бар

Бары гостиницы должны находиться под постоянным неусыпным надзором ресторанных менеджеров. В гостиничном баре гости отдыхают, потягивая коктейль, после напряжённого дня. Это место идеально подходит для общения - делового и ради удовольствия. Отелю крайне выгодно его содержать: продажа напитков даёт гораздо больше прибыли, чем продажа пищевых продуктов. В зависимости от своего размера отель может иметь несколько баров разного типа. Например, вестибюльный, ресторанный, мини-бары или даже ночной клуб.

Эффективность работы бара измеряется уровнем реализации (%), рассчитываемым делением себестоимости реализованных

за определённый период напитков на сумму выручки за них. Чем чаще проверяется уровень реализации, тем лучше контроль над работой бара. Уровень реализации в 16 - 24% считается нормальным.

В больших отелях обычно имеется несколько баров разного типа:

вестибюльный бар - удобное место для встреч. При правильном руководстве этот бар может стать хорошим источником прибыли.

ресторанный бар - укромное местечко, в котором приятно очутиться после сутолоки вестибюля. Традиционно бар является одним из самых притягательных элементов интерьера современных ресторанов.

вспомогательный бар. В некоторых очень больших отелях необходим дополнительный бар, представляющий собой торговую точку, расположенную где-нибудь в глубине здания.

банкетный бар. Этот бар используется исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Поскольку эти мероприятия обычно связаны с одновременным обслуживанием множества людей, часто в разных точках помещения ставится несколько временных столиков с бутылками.

бар при бассейне. Курортный отель немыслим без бассейна и бара при нём, где гости могут расслабиться с бокалом экзотического коктейля в руке.

мини-бары - маленькие бары с холодильником в номерах, чтобы гость не чувствовал недостатка в любых напитках в любое время.

Остановимся более детально на работе мини-баров. Использовать такие бары очень рентабельно для гостиниц. Цены на продукты и напитки в мини-баре устанавливаются в несколько раз выше розничных цен. С мини-баром гость не чувствует недостатка в напитках в любое время суток, а разнообразный ассортимент напитков и продуктов призван искушать гостя воспользоваться предложением. В некоторых отелях стоимость содержимого мини-бара превышает суточную стоимость проживания в номере. Ключ от мини-бара обычно вкладывается в пакет, который гость получает в службе приёма и размещения. Если гость не собирается пользоваться баром, он этот ключ может не брать. Обычно запасы напитков пополняются ежедневно. Стоимость выпитого автоматически включается в счёт, контроль за содержанием мини-бара осуществляют в больших гостиницах работники специальной службы "Мини-бар - контроль". Разработка ассортимента, закупка продукции, контроль над потреблением продуктов в мини-барах и пополнение их запасов достаточно трудоёмкая и ответственная работа, требующая дополнительного штата сотрудников.

В гостевых комнатах имеются бланки, в которых гостя просят указать количество выпитого и съеденного из мини-бара, поставить свою подпись и передать эти сведения в Reception перед отъездом. На практике гости не всегда утруждают себя заполнением данной формы или заполняют её не точно. Особую опасность, связанную с неоплатой некоторых дополнительных услуг, представляет день отъезда клиентов. В гостиницах, где не существует официальной процедуры проверки и сдачи номера при отъезде, мини-бар в день отъезда поддаётся контролю с большим трудом. Система автоматических мини-баров позволяет гостинице существенно оптимизировать затраты и повысить доходность этого вида сервиса. Это достигается за счёт централизованного управления всеми мини-барами, установленными в номерах гостиницы. Взаимодействие системы автоматических мини-баров с компьютерной системой в службе приёма и размещения позволяет моментально передавать информацию в основной счёт гостя обо всех его расходах, связанных с использованием мини-баров. Мини-бары не столько имиджевое приобретение, сколько способ получения дополнительного дохода для отеля (мини-бар окупается через 2-4 месяца, а затем начинает приносить стабильный доход).

Таким образом, бары являются важным источником доходов гостиницы, но для того, чтобы приносить этот доход, они должны быть под строгим контролем.

5. Обслуживание столиков по меню :  *А ля карт,* *Табль д’от, Дю Жур.*

Меню – важное условие успеха в ресторанном деле.

 В меню должны быть представлены все основные сведения о ресторане: название и логотип, адрес, номер телефона, время работы, выходной день, виды принимаемых кредитных карт, предложения по оказанию специальных услуг по проведению банкетов.

Термин «меню» происходит от французского слова «menu» и означает расписание блюд и напитков на завтрак, обед и ужин, а также рационы (трехразового питания), составленные в столовых и ресторанах, перечисление блюд для приемов и других видов обслуживания. Второе определение термина «меню» – бланк, карта, где печатают или пишут названия блюд.

Различают статичное и циклическое меню. Статичное – заранее определенное меню на длительный период времени. Его вводят по причине единственной возможности осуществления жесткого контроля за качеством приготовления рестораном блюд и их ценами. Циклическое меню - полная противоположность статичному. Такое меню представляет широкие возможности для клиента. Оно предлагает набор салатов, мясных и рыбных блюд, закусок и десертов, которые меняются ежедневно.

Существуют три основных типа меню.

Меню *«А ля карт»* (a la carte - порционное) указывает порционные блюда с индивидуальной ценой на каждое. Это меню называют также заказным со свободным выбором блюд. Этот вид чаще всего можно встретить в дорогих ресторанах, практикующих французский сервис.

Меню *«Табль д’от»* (table d’hote – комплексное) предлагает выбор одного или более вариантов каждого блюда по фиксированным ценам. Это меню с единой комплексной ценой, в цену включается все, от закуски до десерта. Этот тип меню часто используется в гостиничных ресторанах, в основном, в Европе. Преимущества его в том, что гости считают его более экономичным.

Меню *«Дю Жур»* (du jour – на день) – «меню дня». Основной его особенностью является непостоянство: меню составляется ежедневно и «работает» только один день. На следующий день оно может быть совершенно другим. Достоинством такого меню является возможность максимального использования сезонных преимуществ пищевых продуктов.

Существует также *меню фирменных блюд* или каталог шеф-повара. Этот тип меню характерен для дорогих эксклюзивных ресторанов при фешенебельных отелях.

*Туристское меню –* строится так, чтобы привлечь внимание туристов, делая акцент на дешевизне и питательных качествах блюд. Это меню планируется как меню рациона дня и предлагает 2-, 3- и 4-х разовое питание в день.

Методы обслуживания:

При организации завтраков, обедов и ужинов используются различные методы обслуживания: «а ля карт», «а парт», «табльдот», шведский стол, буфетное обслуживание, обслуживание в гостиничных номерах, выездное обслуживание (кейтеринг).

*«А ля карт».* Гости из карты-меню выбирают блюда и напитки, затем заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Несмотря на то, что метод «а ля карт» считается самым трудоемким, в настоящее время он является самым распространенным, так как больше всего соответствует желаниям гостей.

*«А парт».* При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха, пансионатах и курортных гостиницах.

*«Табльдот».* Отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Часто используется там, где производственные мощности и возможности кухни достаточно ограничены.

*Шведский стол.* Представляет широкий выбор закусок и блюд со свободным доступом: из того, что предложено и выставлено можно взять все. Это один из самых распространенных методов подачи завтраков в гостиницах.

1.2 Структура управления предприятиями питания гостиницы

Главная функция средств размещения – предоставление временного жилья, а также услуг питания гостиницы, или пищевой комплекс отеля, - это отдельное структурное подразделение, которое возглавляет руководитель ресторанной службы и шеф повар, подотчётные управляющему отелем (директору гостиницы).

1. Директор пищевого комплекса 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.

2. Руководитель ресторанной службы контролирует следующие виды работ :

· банкетную деятельность;

· организацию обслуживания в ресторане;

· обслуживание в номерах;

· работу баров и их снабжение;

· обслуживание в зонах отдыха туристов;

· обслуживание гостей в барах;

3. Обязанности ресторанных шефов обычно следующие:

· поддерживать высокое качество обслуживания посетителей;

· нанимать, обучать и рационально использовать персонал;

· организация обслуживания в номерах, барах и коктейль-барах;

· предоставлять менеджеру сервиса комплекса расчета бюджета и бизнес-прогноз на следующую неделю, следующий месяц.

Рассчитывая, сколько потребуется приготовить пищи и напитков на каждый конкретный завтрак, обед или ужин, надо учитывать число постояльцев отеля. Число гостей, пользующихся услугами ресторана отеля, называют обычно называется уровнем охвата, и эта цифра вместе с данными заполняемости отеля может служить основой для прогнозирования определенного числа гостей.

1.3 Классификация предприятий питания

В современных условиях классификация предприятий питания формируется по ряду признаков. По связанности управления различают предприятия, объединенные в цепи, и предприятия, работающие самостоятельно.

В зависимости от ассортимента различают предприятия комплексные, универсальные и специализированные. В зависимости от контингента потребителей существуют предприятия, работающие с постоянным контингентом (при гостиницах, пансионатах, санаториях), и предприятия, работающие с переменным контингентом (городские рестораны, кафе, бары).

Предприятия питания группируются и в зависимости от методов обслуживания, полноты технологического процесса, объема и характера услуг, вида питания (кухни), режима работы и др. Типизация предприятий питания в РФ строится в зависимости от формы обслуживания потребителей, характера деятельности, ассортимента блюд и напитков, кроме того, учитываются особенности интерьера, музыкального сопровождения, меблировки, столовой посуды и сервировки. К основным типам предприятий питания относят: рестораны, кафе, бары, буфеты, столовые, закусочные.

Определения каждого типа предприятий питания приводятся в ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий».

*Ресторан* – предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.

В ресторанах потребителям предоставляются обеды и ужины, а при обслуживании съездов, конференций обеспечивается полный рацион питания. Рестораны при гостиницах отпускают завтраки. В праздничные дни в ресторанах организуют семейные обеды, дегустации блюд национальной кухни; проводятся вечера, балы, торжества по случаю свадеб и юбилеев.

В крупных гостиницах и гостиничных комплексах обычно располагается несколько ресторанов, в которых предлагается разное меню, разные формы обслуживания и атмосфера. Например, ресторан национальной кухни, ресторан для бизнесменов, ресторан для тех, кто хочет просто спокойно пообедать, и ресторан с развлекательными мероприятиями.

В ресторане высшей категории обязательно наличие банкетного зала, бара, коктейль-холла с барной стойкой. От метрдотелей и официантов требуется совершенное владение техникой обслуживания клиентов, а также знание иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения своих обязанностей. Неотъемлемый элемент – фирменная одежда обслуживающего персонала.

*Бар* – предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

В маленьких гостиницах один бар может обслуживать как гостей, так и посетителей со стороны. В более крупных гостиницах может быть отдельный бар для гостей в сочетании с гостиной, бар в ресторане или специализированный бар, обслуживающий приемы.

В зависимости от ассортимента реализуемых напитков и закусок бары делятся на пивные, винные, молочные, коктейль-бары и др. Встречают и обслуживают посетителей в барах высококвалифицированные метрдотели, официанты и бармены. В барах со своим производством есть повара. Все бары должны быть оснащены аудиоаппаратурой, а бары высшей и I категорий, кроме того, телевизором и игровыми автоматами.

Диско-бары. В дневное время эти предприятия работают как кафе, а по вечерам в них устраиваются дискотеки.

При гостиницах обычно открывают винные бары или коктейль бары. Здесь посетители могут принять легкий аперитив. Когда такой бар устроен в зале большого ресторана, его называют «бар-аперитив».

В больших отелях обычно имеется несколько баров разного типа:

· вестибюльный бар – удобное место для встреч. При правильном руководстве этот бар может стать хорошим источником прибыли.

· ресторанный бар – укромное местечко, в котором приятно очутиться после сутолоки вестибюля. Традиционно бар является одним из самых притягательных элементов интерьера современных ресторанов.

· вспомогательный бар. В некоторых очень больших отелях необходим дополнительный бар, представляющий собой торговую точку, расположенную где-нибудь в глубине здания.

· банкетный бар. Этот бар используется исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Поскольку эти мероприятия обычно связаны с одновременным обслуживанием множества людей, часто в разных точках помещения ставится несколько временных столиков с бутылками.

· бар при бассейне. Курортный отель немыслим без бассейна и бара при нём, где гости могут расслабиться с бокалом экзотического коктейля в руке.

· мини-бары – маленькие бары с холодильником в номерах, чтобы гость не чувствовал недостатка в любых напитках в любое время.

*Кафе* – предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки.

Кафе отличается некоторыми особенностями организации обслуживания посетителей. В ассортименте напитков обязательно кофе не менее 2-3 наименований; ром, ликер, которые подаются к кофе в специальной фарфоровой посуде.

В зависимости от ассортимента реализуемой продукции выделяют кафе-мороженое, кондитерские (чайные, кофейные, шоколадные) и молочные (творожные, яичные, кулешные) кафе.

*Столовая* – общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей предприятие общественного питания, производящее или реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню. Обычно столовые оказывают и дополнительные услуги – отпуск обедов на дом, прием предварительных заказов, организация и проведение торжеств.

В зависимости от места расположения столовые подразделяют на общедоступные и столовые при предприятиях, учреждениях, учебных заведениях, которые обслуживают рабочих, служащих, студентов и школьников. Диетические столовые предоставляют дневной рацион диетического питания.

*Закусочная* – специализированное предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей.

Специализация закусочных предполагает реализацию определенных видов продукции, характерной для данного предприятия – рыбные закусочные, мясные (сосисочная, шашлычная), блинная, чебуречная. В закусочных часто применяется самообслуживание со свободным выбором блюд с раздаточной стойкой.

 1.4 Особенности работы ресторана при гостинице

 Трудно представить себе гостиницу или отель, в которых нет ресторана, бара или кафе. Конечно же, все эти заведения общественного питания разные – они отличаются площадью, количеством посадочных мест, кухней, режимом работы и др., однако, в любом случае они являются неотъемлемой частью обслуживания гостей и инструментом формирования у них общего положительного впечатления.   На какое количество гостей можно рассчитывать? В отличие от самостоятельного ресторана или кафе, заведение при отеле ориентировано в первую очередь на обслуживание проживающих в нём гостей. Однако это вовсе не означает, что количество посадочных мест в гостевой зоне должно быть приравнено к количеству номеров. При расчёте количества посадочных мест необходимо учитывать формат отеля и обслуживание (включение в стоимость номеров завтраков и др.), а также его месторасположение и, конечно же, целевую аудиторию. В отдельных случаях количество посадочных мест в ресторане при отеле может даже в несколько раз превышать количество номеров, однако, в таком случае речь идёт на отданный привлечению гостей «с улицы» приоритет. Что учесть при формировании меню? Несомненно, меню – один из ключевых факторов, определяющих популярность кафе или ресторана, функционирующих при гостиницах. При этом, если для небольших заведений при гостиницах эконом-класса будет достаточно довольно простого меню, не предполагающего изысков и широкого выбора блюд, то для более «звёздных» отелей (пяти- и четырёхзвёздочных) несомненно стоит озаботиться формированием более разнообразного меню, включающего в себя в том числе и авторские блюда от шеф-повара. Также весьма актуальным может оказаться включение в меню сезонных и специальных предложений – специального меню для детей, вегетарианцев или же гостей, соблюдающих диету, а также отдельных меню для фуршетов и банкетов. Однако, каким бы ни был набор предлагаемых гостям блюд, ключевым требованием остаются свежесть, а также качество. Не стоит упускать из вида и тот факт, что отели работают круглые сутки, а это значит, что у гостей в любое время должна быть возможность в сделать заказ, пусть и из более лаконичного меню для ночного времени.

Далее, оборудование должно быть, рассчитанное на утреннее кормление постояльцев: должна быть закуплена линия раздачи (для холодных, горячих закусок, электрочайники, кофемолки, кофеварки). Должна быть соответствующая посуда, например, большие блюда, спецовники, кухонные инвентарь, инвентарь для транспортировки пищи в залы и в номера.

Ещё одно отличие, невидимое постороннему глазу: многие рестораны при гостиницах играют второстепенную роль, в том числе и в структуре прибыли (основной заработок - проживание, затем в порядке убывания - рестораны и бары, конференц-залы, сауны, фитнес-центры, spa). Зачастую ресторан при гостинице вообще практически не посещается в течение дня, но при этом используется для проведения больших банкетов и фуршетов. Поэтому если зайти в такое заведение в обычный будний день, в большинстве случаев оно будет пустовать. При этом на ближайшие месяцы все выходные могут быть расписаны под банкеты. .

Работа гостиничного ресторана отличается от работы обычного ресторана и тем, что Время работы такого ресторана должно быть таким, чтобы удовлетворять подавляющее большинство постояльцев даже, если для этого в отдельные часы работа этого ресторана не будет приносить прибыли. При этом до 70% гостей отеля не обедают в гостиничном ресторане и до 50% не ужинают в нем, а 2/3 дохода ресторана поступают от сторонних посетителей. Отсюда следует важный вывод: гостиничный ресторан должен иметь отдельный вход с улицы и свою автомобильную стоянку.

2 Анализ проблем службы питания

Как привлечь гостей в ресторан при отеле?

Существуют различные способы привлечения гостей в рестораны и кафе при гостиницах. Так, например, один из эффективных вариантов – это включение стоимости завтраков в общую стоимость номеров. Таким образом гость наверняка будет посещать завтраки, а если качество обсаживания и кухня придутся ему по вкусу, то, вполне вероятно, он также во время своего пребывания будет заглядывать на ужин или обед. Ещё один вариант – это включение в стоимость номера обеда или же ужина, организуемых в формате шведского стола. В таком случае, заведение имеет все основания рассчитывать на прибыль, получаемую от продаж напитков, как алкогольных, так и безалкогольных, традиционно не включаемых в стоимость трапезы. Такой вариант будет особенно предпочтителен для ресторанах и кафе при отелях, располагающихся за городом или же в популярных курортных зонах. Обеды и ужины – не только для «проживающих» Однако ряд заведений при отелях весьма привлекателен не только для гостей, но и для сторонних посетителей, не проживающих в самом отеле, однако, охотно проводящих время в ресторане или баре при нём. Для привлечения таких гостей можно проводить разнообразные акции, будь то дегустации, тематические вечера или же столь популярные в ряде заведений общественного питания «счастливые часы». Кроме того, нередко рестораны при отелях выступаю в качестве площадок для проведения различных мероприятий – в том числе корпоративных и семейных торжеств. В том случае, если ресторан ориентируется на привлечение гостей не только из числа проживающих в отеле, не лишним будет озаботится и о проведении отдельной рекламной кампании, а в ряде случаев также об организации отдельного входа и  соответствующем оформлении входной композиции.

Высокий уровень комфорта в ресторанах достигается за счет архитектурно-художественных решений интерьеров залов, оригинального освещения, высококачественной организации обслуживания.

Ключевую роль и современными подходами к оценке безопасного питания в гостиничных комплексах играет менеджмент, обеспечивая в гостиничном бизнесе эффективное управление, включая все его аспекты: операции, персонал, финансы, маркетинг и обеспечение санитарного состояния гостиничного предприятия в т.ч. мероприятия для безопасного питания в гостиницах.

Необходимо также постоянное совершенствование логистической схемы работы с поставщиками. При заказе сырья должна осуществляться проверка документов, подтверждающих право поставщиков на осуществление этого вида деятельности, соответствие сырья всем нормам и требованиям. При работе с поставщиками нужно исключить или ограничить возможность поставки ГМО продуктов, для этого в сетевых отелях должна быть создана лаборатория или нужно отдавать продукты на анализ в СаноЭпидНадзор.

Руководители предприятий должны принимать на работу официантов и барменов при наличии санитарных книжек. Как правило, служба СанЭпидНадзора не справляется, в связи с этим, в крупных отелях необходимо ввести дополнительную должность штатного санитарного врача для осуществления контроля над ресторанными службами гостиницы.

 Должна быть разработана программа для сотрудников, как только что поступивших на работу, так и работающих один год, а также для сотрудников, повышающих квалификацию. Необходимо проводить тренинги по улучшению обслуживания, по кассовой политики, по взаимоотношению с другими службами.

Сотрудников необходимо обучать постоянно, потому что все рестораны сталкиваются с рядом проблем, которые должны решаться не руководителями, так например проблема «плохого гостя». По статистике 10% гостей-это жизнерадостные ,веселые люди, абсолютно лояльные, еще 20% это люди, которым не особо важен сервис, они никогда не ругаются и не создают конфликтных ситуаций, 40 % - это люди, которых можно отнести к конфликтным и к лояльным гостям, если же вовремя принести извинения с каким- либо комплиментом от гостиницы, то гость оставит положительный отзыв, если же вовремя не отреагировать на проблему, то гость автоматически будет негативно настроен , еще 20 %-это люди, которые постоянно плохо настроены, и очень редко получается их удивить, и последние 10%-это те люди, которых называют «лимонами», работа с ними очень сложна и требует опыта сотрудника, такие гости всегда негативны, их постоянно будет что -то не устраивать в обслуживание, они обязательно найдут повод оставить плохой отзыв, а возможно и подпортить репутацию гостиницы. Сотрудник должен уметь работать со всеми гостями и получить как можно больше «фанатов» вашего заведения, а также видеть скрытые жалобы и стараться постоянно удивлять гостей.

Важно мотивировать сотрудников вводя некую систему поощрения , например систему бонусов. Это улучшит работу сотрудников и покажет лидеров команды.

.Кроме того необходимо создавать современную информационную базу, которая поможет контролировать качество предоставления ресторанных и гостиничных услуг. Современные технологии, включая применение передовых и инновационных технологических решений, развитие нормативно-правовой базы, содействие развитию сферы высокотехнологичных и интеллектуальных услуг, совершенствование современных подходов и практики управления гостиничными предприятиям, даст возможность выйти на новый уровень обслуживания в сфере гостеприимства.

Учет выявленных особенностей организации работы предприятий общественного питания крайне необходим при ведении ресторанного бизнеса в средствах размещения. Это поможет грамотно организовать работу службы питания, максимального удовлетворять потребности гостей отеля, а также превратить службу питания в доходообразующий элемент организационной структуры гостиничного предприятия.

3 Анализ проблем организации функционирования службы питания отеля IBIS.

3.1 Общая характеристика отеля «Ibis Krasnodar Center

 Гостиничная цепь «Ibis» находится под управлением французского гостиничного оператора Accor. Accor является самой большой европейской сетью и кроме «Ibis» управляет еще 14 гостиничными брендами: Pullman, Mgallery, Grand Mercure, The Sebel, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Mama Shelter, Adagio / Adagio Access, HotelF1, Thalassa Sea&Spa, а также Ibis Styles и Ibis Budget. Отели Accor расположены в 92 странах мира.

Все три бренда, в названии которых есть Ibis, относятся к линейке бюджетных и экономичных вариантов размещения путешественников.

Первый отель «Ibis» открылся в 2003 г. в Китае. Сегодня «Ibis» - это 1068 отелей и 134786 номеров в 64 странах мира.

Отель «Ibis Krasnodar Center» стал 30-м по счету отелем компании в России. Открылся он в январе 2016 г. в городе Краснодаре и расположился на углу улиц Головатого и Красноармейской.

Номерной фонд представлен 220 номерами. Все номера стандартные двухместные, разница лишь в наличии 2 раздельных кроватей или 1 двуспальной кровати.

Стандартный номер с одной двуспальной кроватью оснащен фирменной кроватью Sweet Bed. В номере большая двуспальная кровать, кондиционер, душ, фен, рабочий стол, сейф, Wi-Fi и ЖК ТВ с самыми лучшими каналами.

Стандартный номер с двумя раздельными кроватями: две раздельные кровати, кондиционер, душ, фен, рабочий стол, сейф, Wi Fi и ЖК ТВ.

Оснащение всех номеров включает кондиционер, сейф, телефон, большое зеркало, Wi-Fi, в ванной комнате – душ, фен.

5 номеров оборудованы для людей с ограниченными физическими возможностями.

В стоимость проживания в отеле «Ibis Krasnodar Center» включен завтрак, обслуживаемый по системе «шведский стол».

В отеле имеются условия для проведения деловых мероприятий. По запросу предоставляется диапроектор, видеоаппаратура, доступ к Wi-Fi.

Среди основных и дополнительных услуг «Ibis Krasnodar Center»:

\* круглосуточная стойка регистрации

\* ускоренная регистрация заезда/отъезда

\* камера хранения багажа

\* банкомат на территории отеля

\* индивидуальная регистрация заезда/отъезда

\* прачечная, услуги по глажению одежды, чистка обуви

\* ежедневная уборка номера

\* конференц-зал/банкетный зал

\* бизнес-центр

\* факс/ксерокопирование

\* доставка прессы

\* сейф

\* звукоизолированные номера

\* кондиционер

\* торговый автомат (напитки)

\* общий лаундж/гостиная с телевизором

\* утренняя побудка оператором.

Главной целевой аудиторией отеля «Ibis Krasnodar Center» являются деловые туристы (командировочные), которые приезжают в отель на конференции или останавливаются, посещая город с личными деловыми целями.

Главными конкурентами на рынке гостиничных услуг г. Краснодара руководство рассматривает отели Hilton Garden Inn, Intourist, Rimar.

Организационная структура управлением отеля Ибис:

Сотрудники гостиницы заняты в следующих областях:

1.Операционный отдел

2.Бухгалтерия

3. Коммерческий отдел

4. Отдел персонала

5. Отдел ресторанного обслуживания

6. Хозяйственный отдел

7. Инженерный отдел

8. Отдел безопасности

9. Отдел приема и размещения

10. Отдел бронирования

Старшие менеджеры гостиницы входят в Исполнительный Комитет, ответственный за осуществление корпоративной политики и управление делами гостиницы. Во главе Комитета – Директор и его команда: Руководитель номерного фонда, Руководитель по продажам и маркетингу, Финансовый директор, Главный инженер и Руководитель службы питания.

Руководитель службы питания – отвечает за рестораны, бары, выездное питание, официантов и прочий персонал.

Штат работников ресторанной службы составляет 26 человек:

FB менеджер – 1 чел.

Супервайзер – 2 чел.

Официант – 6 чел.

Бармен – 4 чел.

Шеф-повар – 1 чел.

Су-шеф – 1 чел.

Повар горячего цеха – 2 чел.

Повар холодного цеха – 2 чел.

Повар завтраков – 2 чел.

Повар столовой для сотрудников – 1 чел.

Стюард – 4 чел.

3.2 Анализ проблем ibis Kitchen

У данного ресторана ,как и всех гостиничных ресторанов, есть определенные трудности. Про одну из них мы начали уже говорить ,это Проблема плохого гостя. Ibis Kitchen для решения этой проблемы применяет разные методы, например различные игры между службами, которые постоянно удивляют гостей, так же данный ресторан постоянно нацелен на получение постоянных гостей. Для этого сотрудники ресторана делают неожиданные покупки, сюрпризы и показывают, что они прилагают максимально усилий.

Официант должен создать такую атмосферу в ресторане, чтобы каждый человек мог почувствовать себя желанным гостем. Этому учит персонал руководство.

 Руководство гостиницы считает, что её сотрудники их главное достояние. Успех и рост компании, её сотрудников достигается путём тренинга и обучения. Каждый сотрудник получает возможность принимать участие в тренингах и образовательных программах, которые помогут лучше овладеть профессией.

Следующая проблема, это привлечение гостей.

Для решения этой проблемы действуют различные акции, например:

 -не дорогой бизнес ланч и бизнес ужин,

 -скидка 10% гостю с флаером из конференц зала,

 -различные сертификаты на бесплатное блюдо или напиток,

- так же активная реклама-это банеры, листовки, интернет объявления и т.д.

Так же важной проблемой ресторанов является отсутствие здорового питания, экологическичистой атмосферы и т.д.

IBIS предлагает программу планета 21,по которой уже начал работать. Эта программа по устойчивому развитию. ACCOR обязуется исполнить 21 обещание , которое включает в себя 7 принципов: здоровое питание, защита окружающей среды, сокращение выбросов углерода, продвижение экологического строительства, местное развитие, улучшение качества условий труда.

Еще одна проблема – это то что, многие гостиницы не стараются предугодать желания своих гостей. Так Ибис работает по программе ACDC.

Это сбор предпочтений гостей ,и внесения ее в систему. Важно разграничивать информацию о гостях, передача от которой от отеля к отелю могла бы улучшить наш сервис услуг и сделать пребывание уникальным, персонализированным. Важно отметить, что гость имеет право доступа к информации о нем в любое время. Эта информация видна не только нашему отелю, но и всем отелям сети ACCOR,на региональном и международном уровне. Цель этого проекта предугадывать желания гостей и делать их пребывания наиболее комфортным ,исключительным и уникальным.

Очень важной проблемой является не владение персонала гостиницы искусства приветствия и обслуживания гостей.

ACCOR придумал корпоративную программу HEARTIST.

Она направлена на обучения искусству приветствия и обслуживания гостей на особенном уровне, а именно выработку специальных навыков сотрудниками для оказания радушного и персонализированного гостеприимства . Для того ,чтобы гости и сотрудники ощущали себя ценными. Цель программы повысить интерес и приверженность гостей к отелям сети ACCOR ,а также повысить вовлеченность персонала в рабочий процесс, посредствам повышения их навыков и профессионализма.

И последнюю важную проблему я считаю, это качество закупаемой продукции на кухню.

Сеть ACCOR сотрудничает с организацией DIVERSEY. Это организация которая предоставляет консультацию по безопасному использованию и хранению пищевых продуктов и внедрение H.A.C.C.P. согласно мировым стандартам.

3.3Предложения по совершенствованию Ибис Краснодар Центр.

В целом, изучив работу ресторанной службы отеля «Ibis Krasnodar Center» можно сделать вывод о ее успешной организации и применяемых технологий. При этом можно дать некоторые рекомендации:

1. В отеле не налажена работы службы обслуживания в номерах (room service). При грамотной организации этого сервиса он способен приносить существенный доход гостиничному предприятию (до 15%). Практика показывает, что основная часть загрузки этой службы приходится на завтрак (до 70%), причем, как правило, до ¾ всех утренних заказов – это простейший континентальный завтрак.

2. Важным является разработка алгоритма работы с клиентами, заказывающими проведение массовых мероприятий (банкетов).

3. Общую атмосферу в торговом зале ресторана может улучшить живая музыка (в вечернее время).

4. Перспективным является налаживание деловых связей с компаниями, предоставляющими анимационные услуги, в том числе во время проведения массовых мероприятий (банкетов, детских праздников и т.д.).

5.Присутствие платной парковки вероятно привлечет гостей в ресторан.

Но все же, в ресторане ibis Kitchen, вас ожидают уютная атмосфера и меню, наполненное разнообразными блюдами европейской и русской кухонь, традиционными рецептами от ibis, которые придутся по вкусу самым привередливым гурманам. В лобби- барe отеля круглосуточно действует специальное меню, предлагаются ранний и поздний завтраки. Завтрак «шведский стол», разработанный с учетом ежедневных потребностей гостей в здоровом питании. Ресторан предлагает организацию банкетного обслуживания в самом центре Краснодара.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Питание как процесс употребления пищи удовлетворяет самую насущную потребность человека, выступает необходимым условием существования людей, их общественной и трудовой деятельности. Общественное питание в своих коллективно организованных формах является важнейшим фактором и механизмом реализации социальной политики. В гостиничном бизнесе услуги питания, как правило, являются неотъемлемой частью гостиничной услуги, а служба питания выступают важнейшим элементом организационной структуры гостиничного предприятия.

Так как роль службы питания стала возрастать, и в настоящее время практически сравнялась с ролью номерного фонда. Отсюда повышенное внимание к этой службе — рестораны отелей становятся все более роскошными, число их в одном отеле увеличивается, появляются специализированные рестораны с национальными кухнями, кофейни, бары и т.д. Сейчас чем выше класс отеля, тем значительнее роль ресторана.

Работа гостиничного ресторана отличается от работы обычного ресторана, но все же подразделение службы питания представляет собой неотъемлемую часть гостиничного бизнеса. Гостиничные рестораны – это не только престиж и лицо гостиницы, но и основной источник прибыли .

Ключевую роль в гостиничных комплексах играет менеджмент, обеспечивая в гостиничном бизнесе эффективное управление, включая все его аспекты: операции, персонал, финансы, маркетинг и обеспечение санитарного состояния гостиничного предприятия в т.ч. мероприятия для безопасного питания в гостиницах.

Исходя из этого ресторан при гостинице должен уметь решать проблемы и анализировать их. Самой важной проблемой является привлечение гостей и их удержание. Решение этой проблемы состоит в развитие сервиса и качестве предоставляемых услуг.

Учет выявленных проблем организации работы предприятий общественного питания крайне необходим при ведении ресторанного бизнеса в средствах размещения. Это поможет грамотно организовать работу службы питания, максимального удовлетворять потребности гостей отеля, а также превратить службу питания в доходообразующий элемент организационной структуры гостиничного предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2011. – 224 с.

2. Корнеев Н.В., Корнеева Ю.В., Емелина И.А. Технология гостиничного сервиса: Учебное пособие. – М.: Академия, 2011. – 272 с.

3. Кусков А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие – М.: Дашков и Ко, 2009. – 328 с.

4. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для проф. образования / Под ред. канд. пед. наук А.Ю. Ляпина. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. – 208 с.

5. Миненкова В.В. Основы гостиничного бизнеса: Учебное пособие. – Краснодар: КГУ, 2010. – 160 с.

6. Миненкова В.В. Особенности функционирования предприятий общественного питания в гостиницах и туркопмлексах // Географические исследования Краснодарского края: Сборник научных трудов. – Вып. 5. – Краснодар: КубГУ, 2010. – с. 224-231.

7. Официальный сайт Accorhotels. Электронный ресурс. – Режим доступа: URL: http://www.accorhotels-group.com.

8. Официальный сайт отеля «Ibis Krasnodar Center». Электронный ресурс. – Режим доступа: URL: [http://www.ibis.com/ru/hotel-9257-ibis-краснодар-центр](http://www.ibis.com/ru/hotel-9257-ibis-%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80).

9. Ридель, Х. Бары и рестораны: техники обслуживания. /Х. Ридель. - Ростов на Дону: Ровт, 2014.- 352с.

10.Солдатенков Д.В. Современный ресторан: новые форматы. - М.: Ресторанные ведомости, 2015. - 144 с.

11. Шок Патти Д., Боуэн Джон. Маркетинг в ресторанном бизнесе. - М.: Ресторанные ведомости, 2015. - 234 с.