

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/177780>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Туризм (другое)

Оглавление

Введение 2

Раздел 1. Анализ состояния рынка туристских ресторанных услуг. 3

1.1. Современные тенденции и проблемы рынка ресторанных услуг. 3

1.2. Состояния рынка туристских ресторанных услуг в Пензенской области. 8

Раздел 2. Разработка проекта туристского ресторана предприятия «Ресторан при отеле». 11

2.1. Обоснование и описание проекта «Ресторан при отеле». 11

2.2. Разработка организационной структуры управления предприятием 17

2.3. Конкурентный анализ предприятий 21

2.4. Выбор партнеров 23

2.5. Описание потребителей 24

Заключение 29

Список использованных источников 31

Введение

Данная работа посвящена разработке проекта «Ресторана при отеле». После повальной демократизации частного и делового туризма, индустрия гостеприимства вспоминает подзабытое прошлое, возвращаясь к традиции эксклюзивности и уникальности гостиничных ресторанов.

Актуальность данной темы заключается в том, что в современных рыночных условиях и при большой конкуренции на рынке ресторанных услуг важно находить новые формы ведения бизнеса. Так, например, интеграция ресторана в гостиничный бизнес выведет отель на новый уровень, а ресторан, интегрированный в отель, сможет привлечь больше посетителей за счет постояльцев отеля.

Раздел 1. Анализ состояния рынка туристских ресторанных услуг.

1.1. Современные тенденции и проблемы рынка ресторанных услуг.

В Америке 50—60-х годов XX века лучшими ресторанами и барами как в мегаполисах, так и в маленьких городках считались гостиничные, при дорогих отелях. Это было вполне понятно — останавливались там обеспеченные люди, которые рассчитывали найти привычный уровень качества в шаговой доступности. В то время еще не было автомобильных навигаторов, их заменял консьерж, который уверенно рекомендовал дамам и господам вкусно отужинать, не покидая пределов отеля. И действительно, все лучшие шеф-повара того времени или были родом из Европы, или по крайней мере прошли длительную стажировку во Франции, Италии или Бельгии, и только дорогие отели могли предложить им зарплату, соответствующую уровню их мастерства.

Прошло всего полвека, и после повальной демократизации частного и делового туризма, а также взрывного роста доступного питания вне дома индустрия гостеприимства Северной Америки вновь вспоминает уже подзабытое прошлое, постепенно уходя от ничем не примечательной кухни и стандартных напитков в сторону возрождения традиции эксклюзивности и уникальности гостиничных ресторанов.

По сведениям чикагской исследовательской компании Technomic, только за последние два года объем годовых продаж увеличился с 8 до 9 миллиардов долларов, а скорость роста продаж в гостиничных ресторанах в среднем превышала таковую в ресторанах традиционных. Помимо явного увеличения доходов гостиничного хозяйства, полученных за счет питания посетителей, наличие здесь привлекательных ресторанов и баров положительно влияет на коэффициент занятости номеров. Более того, они привлекают местных жителей, что помогает отелям в период сезонных спадов и позволяет устанавливать долгосрочные добрососедские отношения с городским сообществом и локальным бизнесом, что также ведет к росту продаж.

С операционной точки зрения организация питания в отелях характеризуется комплексной структурой. Кроме традиционного ресторанного формата гостиницы зачастую предлагают банкетное и кейтеринговое обслуживание, а также room service. У каждого формата есть своя специфика, которую нужно учитывать при организации приготовления пищи и ее внутренней логистики. К тому же традиционные рестораны, как правило, кормят своих посетителей дважды в день — ланч/обед и ужин, а гостиничные должны быть к этому готовы как минимум трижды. Более того, с учетом room service кухня может работать практически круглые сутки, а персонал — доставлять приготовленные блюда и поздней ночью, и ранним утром. Основной тренд в США – признание исключительной важности особенных, привлекающих посетителей ресторанов, кафе и баров при гостиницах и рассмотрении их в качестве самостоятельных прибыльных бизнесов.

Бухгалтерская отчетность в гостиничных предприятиях питания всегда учитывает комплексность так называемых пакетных предложений, поскольку отели могут взимать со своих клиентов оплату как просто за комнату, так и за комнату плюс завтрак, комнату плюс подарочный сертификат в ресторан и т.п. Суммарная зарплата работников предприятий питания в гостинице иногда составляет большую долю в сумме операционных расходов в основном в силу того, что room service работает 24 часа.

Отдельная тема — позиционирование гостиничного ресторана на рынке. Клиентура традиционного заведения — чаще всего местный потребитель, в то время как ресторан при отеле ориентируется на приезжего путешественника (жители города являются для него вторичной клиентской группой, преимущественно связанной с банкетными или кейтеринговыми мероприятиями). «Вольный» ресторан всегда является сам себе брендом, а гостиничный стоит под флагом гостиницы и зачастую неотделим в сознании посетителя от ее бренда.

## 1.2. Состояния рынка туристских ресторанных услуг в Пензенской области.

Сегодня пензенский ресторанный бизнес представлен внушительным числом заведений, работающих в трех различных нишах. Первую и самую многочисленную формируют чрезвычайно популярные фаст-фуды. Далее следуют рестораны среднего уровня, а последняя включает исключительно респектабельные и современные учреждения так называемой «высокой кухни». И в каждом сегменте существуют свои особенности, проблемы и подводные камни.

Сегодня пензенский ресторанный бизнес представлен внушительным числом заведений, работающих в трех различных нишах. Первую и самую многочисленную формируют чрезвычайно популярные фаст-фуды. Далее следуют рестораны среднего уровня, а последняя включает исключительно респектабельные и современные учреждения так называемой «высокой кухни». И в каждом сегменте существуют свои особенности, проблемы и подводные камни.

Пензенский рынок весьма насыщен разнообразными заведениями общепита, поэтому рестораны города функционируют в условиях ожесточенной конкурентной борьбы, стимулирующей их к расширению перечня оказываемых услуг, улучшению меню и оптимизации сервиса. Такая практика встречается практически в каждом микрорайоне, что подстегивает хозяев расположенных там учреждений к более эффективной и целенаправленной работе по привлечению клиента и формированию у посетителей высокого уровня лояльности к своему детищу.

Сейчас наблюдается процесс всеохватывающего естественного отбора, когда в выигрыше остаются лишь успешные и респектабельные заведения, способные предложить посетителю солидное, ненавязчивое обслуживание и всевозможные новинки отрасли. Примечательно, что указанная ситуация способствует популяризации ресторанного бизнеса. Более того, сегодня зафиксирована тенденция, когда средний класс Пензы постепенно привыкает ужинать вне собственного дома.

## Раздел 2. Разработка проекта туристского ресторанного предприятия «Ресторан при отеле».

### 2.1. Обоснование и описание проекта «Ресторан при отеле».

В современных рыночных условиях и при большой конкуренции на рынке ресторанных услуг важно находить новые формы ведения бизнеса. Так, например, интеграция ресторанный бизнеса в гостиничный бизнес выведет отель на новый уровень, а ресторан, интегрированный в отель, сможет привлечь больше посетителей за счет постояльцев отеля.

Ни для кого не секрет, что гостиница – это не только место, где спят, но и место, где едят, как минимум завтракают. Завтрак и другое питание может быть организовано на базе собственной точки питания либо при помощи сторонних организаций. Далее я буду говорить о более-менее крупных гостиницах, в рамках которых использование услуг стороннего кейтеринга или, не дай бог, отсутствие завтрака как такового приемлемым не является.

Открывая ресторан при отеле, прежде всего, необходимо ориентироваться на количество номеров и соответственно гостей отеля, поскольку одной из основных задач гостиничного ресторана является накормить гостей отеля. Поэтому ресторан должен соответствовать как минимум по количеству посадок, не говоря уже о прогнозировании количества потребляемых продуктов и наполнении меню. Кроме завтраков для увеличения экономической эффективности собственной деятельности ресторан должен быть ориентирован на проведение банкетов, фуршетов и различных мероприятий от обслуживания семинаров, и конференций до проведения различных корпоративов и прочих торжеств.

Прежде чем приступать, необходимо разработать конкретную концепцию ресторана, включающую в себя описание общей идеи ресторана, его формата, перечень идей по поводу бренда и прочее. Надо понять, на кого будет рассчитан проект, каков портрет предполагаемого клиента: его возраст, достаток, предпочтения и прочее

Для ведения своей деятельности ресторан необходимо должным образом оформить и зарегистрировать юридическое лицо в порядке, предусмотренным действующим законодательством. Оформление необходимо как минимум уже на первом этапе для регистрации прав на нежилое помещение независимо от того, приобретаем мы помещение в собственность или берем его в аренду. Процесс оформления включает себя получение свидетельства о регистрации и ИНН, постановку нового предприятия на учет в различных органах и т.п. Затем оформляются документы на помещение (собственность или аренда), а также происходит регистрация контрольно-кассовой машины (ККМ) в ГНИ по месту нахождения предприятия, без чего открыть ресторан также не получится. В результате регистрации ККМ мы получаем три документа: паспорт ККМ, карточку регистрации ККМ и кассовую книгу, зарегистрированную в ИМНС.

Определившись с помещением, далее необходимо заняться проектированием технологии и формированием увесистого документа с серьезным названием «Рабочий проект». Данный документ включает в себя такие разделы, как:

- техническое заключение на помещение (в нем описываются особенности здания, помещения, стен, потолков и инженерных сетей с точки зрения возможности устройства в этом помещении ресторана);
- архитектурные и объемно-планировочные решения (АР и ОПР), в которых в т.ч. содержится план перепланировки помещений и план реконструкции фасада, если планируется его изменять, делать новую облицовку или прорубать/заделывать дверной или оконный проем и т.п.);
- технологическая часть;
- отопление, вентиляция и кондиционирование (ОВиК);
- водоснабжение и канализация (ВК);
- электричество (электроснабжение);
- проект охранно-пожарной сигнализации, разработанный специализированной организацией.

Последовательность изготовления проектной документации такова. Сначала получается техническое заключение на помещение, затем проектировщики создают технологический проект и проект перепланировки, одновременно в тесном сотрудничестве с проектировщиками работает дизайнер. Далее создаются проекты ОВиК, ВК, электроснабжения и прочее.

### 2.2. Разработка организационной структуры управления предприятием

Организационная структура ресторана «Ресторан при отеле» г. Пенза определяется ее назначением, месторасположением, спецификой гостей, вместимостью. Структура является отражением полномочий и

обязанностей каждого работника.

Для ресторана «Ресторан при отеле» разработана линейно-функциональная структура управления. рестораном руководит директор отеля, которому подчиняются руководители соответствующих служб. В гостинице имеются основные, вспомогательные и дополнительные службы.

Возглавляет ресторан управляющим отелем, в подчинении которого находятся:

- служба приема и размещения;
- служба питания;
- финансовая служба.

Директору гостиницы и службе приема и размещения подчиняется служба номерного фонда.

Служба занимается решением таких вопросов как:

- бронированием;
- размещением по номерам клиентов гостиницы;
- отправлением домой туристов;
- обеспечением обслуживания туристов в номерах;
- поддержанием необходимого санитарно-гигиенического состояния номеров и уровень комфорта жилых помещений;
- оказанием бытовых услуг.

В число рабочих службы номерного фонда входит:

- уборщица;
- прачка;
- горничная.

От службы приема и размещения зависит первое впечатление гостя, его отношение к гостинице в дальнейшем.

Старший администратор в диалоге с гостем должен обсуждать такие вопросы как:

- цены за номер;
- сроки размещения;
- порядок оплаты.

### 2.3. Конкурентный анализ предприятий

В Пензенской области большой процент отелей имеет свой ресторан или кафе, но не все они принимают, и постояльцев отеля, и жителей Пензенской области.

Есть ряд отелей, которые могут конкуренцию ресторанному предприятию «Ресторан при отеле» в г. Пенза, к примеру такие отели, как Азимут, Парк Инн и т.д.

Сильными сторонами ресторана в отеле Азимут является высокий уровень обслуживания, как отеля, так и самого ресторана.

Отель Азимут является сетевым отелем и имеет отели во многих городах России и мира. Отель Азимут имеет свои стандарты размещения и свои стандарты к требованиям пригостиничного ресторана.

AZIMUT Hotels – международная сеть бизнес-отелей, объединяющая под своим брендом объекты в городах России, Германии и Австрии.

Компания AZIMUT Hotels стала первым оператором, которому удалось вывести российский гостиничный бренд на европейский рынок.

AZIMUT Hotels является одним из самых активно развивающихся брендов в сегменте бизнес-отелей: сегодня в сеть входят 36 отелей в 28 городах России и Европы, общий номерной фонд составляет более 7 тыс. номеров. AZIMUT Hotels управляет гостиницами, находящимися в собственности, на основании контракта на управление и на правах долгосрочной аренды.

Около 10 проектов в городах России, СНГ и Европы находится на разной стадии девелопмента.

Отели сети расположены в крупных городах и точках пересечения туристических потоков, в центре деловой и культурной жизни города, что делает их популярными среди туристов и бизнес-

путешественников. Все отели сети объединены едиными стандартами гостеприимства и обслуживания.

Большинство отелей AZIMUT Hotels располагают конференц-залами и предлагают широкий спектр услуг для проведения личных и бизнес-событий: от аренды современных банкетных и конференц-залов до организации мероприятий «под ключ».

Единственная слабая сторона Ресторана – это цены.

## 2.4. Выбор партнеров

Грамотный выбор партнерских отношений является ключевой составляющей в дальнейшем развитии ресторанного предприятия. Правильный выбор партнеров, оказывающих ресторанному предприятию необходимый спектр услуг, во многом влияет на обслуживание текущих клиентов, поэтому очень важно отбирать партнеров и искать надежные компании.

## 2.5. Описание потребителей

Основными целями посещения ресторанов являются:

- Посещение ресторана с семьей;
- Встреча с друзьями;
- Бизнес-ланч (деловая встреча);
- Романтический ужин;
- Значимое событие в жизни (свадьба, день рождения и т.п.).

Выбирая ресторан, респонденты больше опираются на мнение друзей и знакомых, что обуславливается возможностью получить более подробную и детальную информацию и объясняется доверием по отношению к источнику информации.

Подавляющее большинство посетителей не имеют привязанности к конкретному ресторану, выбор происходит спонтанно - по мере близости нахождения с рестораном или приглашению друзей, знакомых.

Среди потребителей ресторанных услуг можно выделить три основные группы:

- регулярные посетители конкретных ресторанов;
- регулярные посетители без привязанности к определенному ресторану;
- респонденты, которые посещают рестораны «от случая к случаю».

Критерии выбора конкретного ресторана зависят от цели его посещения. Предположительно, для каждой из ситуаций наиболее значимым критерием выбора будет следующий:

- Посещение ресторана с семьей - стоимость блюд (средний чек заведения);
- Посещение ресторана с друзьями - широкий выбор спиртных напитков;
- Романтический ужин - престижность заведения;
- Деловая встреча (бизнес-ланч) - качество обслуживания;
- Значимое событие в жизни - размеры ресторана.

Основными признаками, по которым различаются типы потребителей ресторанных услуг, являются материальное положение и возраст. Предположительно, наиболее частными посетителями ресторанов без привязанности к определенному из них станут молодые люди (18-29 лет) со средним уровнем материального положения. Что касается посетителей конкретных ресторанов, то к этому типу принадлежат люди среднего возраста с высоким уровнем материального положения (30-49 лет). К тем, кто посещает рестораны от случая к случаю, станут люди старшего возраста (49 и выше лет) и низкого уровня материального положения.

## Заключение

Целью курсовой работы являлась разработка проекта ресторанного предприятия «Ресторан при отеле» в городе Пенза. Для достижения поставленной цели были решены поставленные задачи.

В первой главе были изучены современные тенденции рынка ресторанных услуг и проанализировано состояние рынка ресторанных услуг г. Пенза.

Перспективы развития ресторанного бизнеса в России все же есть. Важным условием их реализации, однако, должно стать умение предпринимателей адаптироваться к новым условиям сложившейся экономики. Те, кто проявят гибкость и способность внедрения новых технологий, принципов работы и обслуживания клиентов, смогут с легкостью этот период миновать. Тяжелее всех придется так называемым статусным заведениям, которым очень тяжело понизить планку и предложить своим VIP-клиентам бюджетный вариант питания.

## Список использованных источников

1. ИА «Тема Пенза» Электронный ресурс – <https://temapenza.ru/articles/restaurant/osobennosti-penzenskogo-restorannogo-dela-77/>
2. Ресторан отеля «Азимут» Электронный ресурс – <https://restoran-azimut.vsite.biz/#about>
3. Ресторанофф.ру Электронный ресурс – [https://restoranoff.ru/trends/conjuncture/Gostinichniei\\_restoran\\_\\_sovremenniee\\_tendencii/](https://restoranoff.ru/trends/conjuncture/Gostinichniei_restoran__sovremenniee_tendencii/)
4. Состояние ресторанного бизнеса в России на сегодняшний день Электронный ресурс – <https://vseproip.com/biznes-ip/maluy/sostoyanie-restorannogo-biznesa.html>
5. Тенденции развития рынка ресторанного бизнеса России в современных условиях, Е.А. Малышкина Вестник ПГУ, выпуск 5 (73), 2019

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/177780>