

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/otchet-po-praktike/182056>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Ресторанный бизнес

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО ДЕЛА 5

1.1 Особенности рынка общественного питания в России 5

1.2 Служба безопасности в ресторанном деле 8

1.3 Пожарная безопасность ресторана 10

1.4 Охранная сигнализация в ресторане 12

1.5 Разработка комплекса маркетинга ресторана 13

2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАФЕ «ЛЕС И ЛИС» 15

2.1 Общая характеристика кафе «Лес и Лис» 15

2.2 Анализ организации коммерческой деятельности кафе «Лес и Лис» 18

2.3 Мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности кафе «Лес и Лис» 22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 26

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 29

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня одной из самых перспективных и быстроразвивающихся сфер бизнеса является общественное питание. Данная индустрия обладает динамично растущим оборотом и в целом положительной динамикой. В то же время российский рынок общественного питания остается далеким от насыщения, особенно это касается регионов, удаленных от Москвы и Санкт-Петербурга.

Поэтому сегодня организация ресторанного дела является целесообразным и перспективным делом. Перед запуском проекта нужно провести тщательный анализ и составить бизнес-план.

Для того чтобы составить бизнес-план ресторана, необходимо определиться с множеством параметров.

Тогда вы получите четкую стратегию действий со сроками и ценами.

Культура потребления еды меняется от десятилетия к десятилетию. Сейчас это не просто способ удовлетворения потребности, а спутник приятного времяпрепровождения в кругу друзей и знакомых, коллег и любимых

Помимо всего прочего, создание ресторана является бизнесом не только успешным и прибыльным, но и обладающим большим потенциалом для развития. Оригинальный интерьер, приветливый и творческий персонал, выставки и творческие вечера создадут особенную атмосферу и культуру, которая будет привлекать посетителей для приятного отдыха и духовного развития.

В случае успешной реализации проект может развиваться по различным направлениям. Есть возможность создания узкоспециализированных филиалов сети – литературного кафе, театрального, ресторан с молекулярной кухней, ресторан с живой джазовой музыкой и т.п.

Приспособив к конкретным внешним и внутренним условиям, определенным исходным значениям бизнес-план, образец с расчетами, можно организовать успешный бизнес, вовремя занять свою конкурентную позицию и использовать весь вложенный потенциал.

Цель учебной практики - закрепить и углубить теоретические знания, а также приобрести практические умения и навыки с учетом компетентностного подхода в сфере организации ресторанного дела.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить особенности рынка общественного питания в России;
- проанализировать службу безопасности в ресторанном деле;
- изучить пожарную безопасность ресторана;
- ознакомиться с охранной сигнализацией в ресторане;
- изучить разработку комплекса маркетинга ресторана;
- рассмотреть общую характеристику ресторана.

Анализируя учебную литературу, можно сделать вывод о том, что данная тема недостаточно изучена и требует дальнейшего рассмотрения.

В ходе исследования объектом являются факторы, необходимые для открытия ресторана, а предметом бизнес-план открытия ресторана.

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка факторов, влияющих на открытие ресторана. Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, две главы, семь параграфов, заключение, список используемых источников, включающий в себя 20 учебных пособий. Объем работы 26 страниц.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО ДЕЛА

1.1 Особенности рынка общественного питания в России

Множество изменений произошло в области общественного питания в 2018 году. Претерпела изменения законодательная база, введена система, контролирующая продажу алкоголя (ЕГАИС).

Новые форматы заведений появились на рынке.

Под запросы населения перестраиваются рынки общественного питания.

Доля на рынке крупных сетевых игроков составила 27,3%, таким образом на падающем рынке они чувствовали себя лучше всего, несмотря на постоянное давление ФАС и законодательные ограничения. Прогнозируется рост доли сетевых игроков до 40% к 2025 году, возможно она будет расти дальше, судя по европейским странам.

Динамика объема рынка общественного питания в России в 2013-2020 году, млрд руб, представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Динамика объема рынка общественного питания в России в 2013-2020 году, млрд руб

Анализируя данные диаграммы сделаем следующие выводы: объем рынка общественного питания составил в 2020 году 1283,19 млрд. руб, в 2019 году 1252,6 млрд рублей.

Динамика количества ресторанов, кафе, баров в 2013-2020 году, в тыс шт, представлена на рисунке 2.

Рисунок 2 - Динамика количества ресторанов, кафе, баров в 2010-2017 году, в тыс. шт.

Ежегодно происходит увеличение рождаемости, следовательно, количество семей растет, демографическая ситуация улучшается. В настоящее время все труднее найти для совместного проведения вечеров детей и родителей, нет времени на приготовление блюд, а следовательно растет спрос на кафе и рестораны.

Целевая аудитория в своем большинстве представляет семьи с детьми.

Процентное соотношение целевой аудитории кафе представлено на рисунке 3.

Рисунок 3 - Процентное соотношение целевой аудитории кафе

Наблюдается перераспределение клиентов из сегмента в сегмент в связи с нестабильной экономической ситуацией. Люди переходят в рестораны с более дешевой категорией с дорогих ресторанов. У населения остается привычка питаться в общественных местах.

При соблюдении баланса между качеством и ценой есть возможность охватить большой сегмент рынка.

1.2 Служба безопасности в ресторанном деле

Служба охраны обеспечивает как внутреннюю безопасность ресторана, так и внешнюю.

Ко внутренней безопасности относятся: сохранность имущества заведения, пресечение воровства собственными сотрудниками и предотвращение разглашения конфиденциальной информации.

Внешняя же безопасность направлена на защиту от врагов внешних (чаще всего от агрессивных или пьяных клиентов, которые так и норовят распушить руки).

Чтобы служба безопасности работала исправно, ее следует организовывать по армейскому образцу с четким подчинением приказу, благо многие охранники – бывшие военнослужащие.

Командиром для них является менеджер ресторана по залу для гостей, который отвечает за все, что происходит в помещении, где располагаются клиенты. Отсутствие же дисциплины может привести к тому, что охранники станут действовать по принципу «хочу пушу, хочу не пушу» и распугают многих посетителей.

Кроме того, директор ресторана должен постоянно проверять деятельность службы безопасности, ведь она наделена очень большой властью, и если власть эта выйдет из-под контроля, клиенты заведения могут пострадать как морально (общение с агрессивно настроенным амбалом-охранником – действие не из приятных), так и физически (ведь дело может дойти и до рукоприкладства со стороны охраны).

Чтобы не возникало неприятных для посетителей моментов, в службу безопасности необходимо набирать людей уравновешенных и коммуникабельных, а молодым сотрудникам необходимо пройти специальную подготовку с тем, чтобы научить их стандартным приемам разрешения конфликтных ситуаций с участием гостей заведения.

Так что если вы являетесь владельцем предприятия общественного питания, проводите для сотрудников периодические тренинги ресторана, уделяя внимание повышению не только общей подготовки специалистов, но и вопросу их безопасности, правильному поведению при столкновении с агрессией со стороны посетителей ресторана.

Организуя работу ресторана, следует продумать систему безопасности клиентов. Следует исключить возможность отравлений и использования некачественных продуктов. Требуется контроль над чистотой в главном зале, на кухне и в других помещениях ресторана.

Огромную роль играет защита от действий посетителей. Выпившие люди могут повредить имущество. Нередко клиенты занимаются воровством. Они крадут ложки, перечницы, отдельные элементы декора, пытаются уйти не расплатившись.

Задуматься о безопасности ресторана следует при выборе его месторасположения. Это должен быть спокойный район с положительной репутацией, у автомобильной трассы.

- 1) Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ А. А. Алексеев. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 247 с.
- 2) Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг - Издательство «Питер», 2019-824 с.
- 3) Дейнека А. В. Управление персоналом: Учебник / А. В. Дейнека. — М.: Издательская торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 292 с.
- 4) Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие / И.А. Епишкин «Менеджмент». – М.: МИИТ, 2018. – 242 с.
- 5) Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент: учебник / Н.А. Жданкин. — Москва: КНОРУС, 2017. — 316 с.
- 6) Идрисов Ш.А., Волкова Л.А. Маркетинг: учебное пособие. 2-е изд., доп. и испр. — Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2016. — 337 с.
- 7) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2018. — 177 с.
- 8) Макаров А.М. Маркетинг: учебное пособие / Макаров А.М. - Ижевск: Изд-во Института экономики и управления УдГУ, 2015.-456с.
- 9) Маркетинг: основы, закономерности, перспективы развития: учебное пособие М.Г. Подопригора, Е.Л. Макарова Южный федеральный университет. – Таганрог: Издательство Южного федерального университета; 2016. – 86 с.
- 10) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 11) Основы маркетинга: Учебное пособие / А.Н. Бобровников, С.Н. Волкова, И.Е. Замятина, В.А. Никольская. 1-е изд. Тверь: ТГТУ, 2017.-348с.
- 12) Очковская М.С., Рыбалко М.А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы: Учебное пособие. – М.: МАКС Пресс, 2017. – 196 с.
- 13) Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. для студентов / А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега, 2018. – 656 с.
- 14) Семиглазова В.А. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ В.А. Семиглазов.-Томск: ЦПП ТУСУР, 2017. -172 с.
- 15) Степанова И.П. Инновационный менеджмент/ И.П. Степанова. -Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Саратов, 2016. – 124 с.

- 16) Управление персоналом: учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 17) Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2018. — 400 с:
- 18) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2017. — 432 с.
- 19) Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебник для нач. проф. образования/ Г. М. Шеламова. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2017. — 160 с.
- 20) Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд. / П.Экман — СПб.: Питер, 2018. — 334 с.

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/otchet-po-praktike/182056>