

**Министерство образования и науки Республики Татарстан
Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение
«Казанский торгово-экономический техникум»**

**ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**ПМ 03«Маркетинговая деятельность в организациях общественного
питания»**

специальность: 43.02.01 «Организация обслуживания в общественном
питании»

Студентки 4 курса гр. О - 506
Зиатдиновой З.М.

Организация: АО «Юнона»
ресторан «Сафар»

Руководители практики:

От ГАПОУ «КТЭТ»: Иванова А.В.

От предприятия: Морозова Т.В.

Оценка _____

Казань, 2023 г.

ВНУТРЕННЯЯ ОПИСЬ
документов, находящихся в отчете

студентки Зиатдинова З.М. гр. О-506

№ п/п	Наименование документа	Стр.
1.	Направление на практику	3
2.	Индивидуальный план	4
3.	Характеристика на студента-практиканта	8
4.	Отчет о выполнении заданий практики	9
5.	Сводная ведомость оценки сформированности ПК	11
6.	Отчет	12
7.	Приложения к отчету	33

Направление на практику

Поменять на выданное

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель практики
_____ А.В. Иванова

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН
прохождения производственной практики
по **ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ 03**
«Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания»
группы О-506

№ п/п	Наименование тем	Время проведения	Отметка о выполнении
1.	<p>Тема 1. Ознакомление с организацией общественного питания - базой практики</p> <p>Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком ее проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, порядком получения и хранения спецодежды, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями.</p> <p>Вводный инструктаж по безопасности труда и пожарной безопасности.</p> <p>Ознакомление с организацией: его организационно-правовая форма, тип, класс, место расположения, режим работы, перечень предоставляемых услуг, контингент питающихся, состав и планировка складских помещений, их оборудование и оснащение; характер производства, наличие филиалов. Ознакомление с видами услуг, предоставляемых рестораном, баром в зависимости от класса обслуживания.</p> <p>Ознакомление с основными категориями обслуживающего персонала в данной организации, требованиями к нему в организации планировании его труда, правилами личной гигиены.</p>	27.02.23	Выполнено
2.	<p>Тема 2. Выявление и анализ потребностей в продукции и услугах общественного питания.</p> <p>Проведение опроса для выявления запросов</p>	28.02.23	Выполнено

	<p>потребителей по следующим этапам: подготовительный (согласование с руководством организации общественного питания проведения опроса, составление анкеты и согласование ее с руководителем практики и руководством организации общественного питания), основной (проведение анкетирования выборочным методом), заключительный (обработка анкет, анализ и оценка данных составление справки с результатами опроса и предложениями по улучшению степени удовлетворенности посетителей общественного питания).</p> <p>Проведение исследований с применением регистрационного метода, в том числе наблюдений для выявления потребительских предпочтений (по количеству заказываемых блюд определенных наименований, количеству блюд неполностью съеденных и др)</p> <p>Разработка обобщенных предложений по результатам опроса и регистрационного метода</p> <p>Доведение информации о предложениях до руководства организации общественного питания.</p>		
3.	<p>Тема 3. Участие в разработке комплекса маркетинга</p> <p>Ознакомление с составными элементами комплекса маркетинга организации общественного питания (продукция, цена, место, продвижение, персонал). Анализ эффективности указанных составных элементов: оценка качества продукции организации общественного питания (в баллах), уровня цен и стратегии ценообразования, соотношения: цена-качество; оценка привлекательности и удобства места расположения организации общественного питания, перечень применяемых средств продвижения, оценка эффективности работы персонала по обслуживанию посетителей и продвижению продукции организации общественного питания.</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию средств комплекса маркетинга организации общественного питания.</p>	01.03.23	Выполнено
4.	<p>Тема 4. Определение продукции и услуг</p>	02.03.23	Выполнено

	<p>общественного питания.</p> <p>Ознакомление с возможными видами стимулирования в организации общественного питания и наличием отдельных из них в конкретной организации.</p> <p>Составление перечня продукции и услуг, применяемых в организации общественного питания - базе практики. Анализ и оценка их эффективности.</p> <p>Анализ информационного обеспечения: меню, карты вин, внутрифирменной и внешней рекламы.</p> <p>Анализ организационного и экономического стимулирования (форм обслуживания, порядка расчета размещения столов в зале, обслуживания, сервировка столов, наличие скидок и т.п.) Разработка предложений по совершенствованию продукции и услуг в организации общественного питания.</p>		
5.	<p>Тема 5. Анализ сбытовой и ценовой политики.</p> <p>Ознакомление со сбытовой и ценовой политиками организации, общественного питания. Определение их целей, задач и основных направлений, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания. Разработка корректирующих мероприятий. Разработка предложений по совершенствованию сбытовой и ценовой политик.</p> <p>Тема 6. Проведение маркетинговых исследований.</p> <p>Ознакомление с проведенными в организации общественного питания маркетинговыми исследованиями и их результатами. Выявление реального внедрения в работу организации общественного питания принятых решений и разработанных мероприятий по результатам проведенных маркетинговых исследований.</p> <p>Проведение собственных маркетинговых исследований по анализу окружающей среды организации общественного питания (внутренней и внешней), выявлению сегмента рынка услуг общественного питания, на который выходит организация общественного питания. Составление описания потребителей разных</p>	03.03.23	Выполнено

	<p>категорий (любителей вкусно поесть, любителей подкреплений (презент от шефа, дополнительных услуг, приготовление блюд в присутствии гостей и др.)</p> <p>Оценка эффективности применяемых маркетинговых коммуникаций в организации общественного питания.</p> <p>Разработка предложений по результатам проведенных исследований.</p>		
6.	<p>Тема 7. Выявление конкурентов организации общественного питания и определение конкурентоспособности ее продукции.</p> <p>Ознакомление с конкурентной средой организации общественного питания. Выявление основных конкурентов организации. Определение признаков, позволяющих отнести организацию общественного питания к конкурирующей, установление ассортимента продукции, услуг организаций-конкурентов общественного питания путем ознакомления с их сайтом или личного посещения, сопоставления с ассортиментом продукции и услуг анализируемой организации общественного питания. Определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами. Разработка предложений по повышению конкурентных преимуществ организации общественного питания.</p> <p>Тема 8. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации общественного питания</p> <p>Разработка плана маркетинговых мероприятий и предложений по совершенствованию работы организации общественного питания.</p>	04.03.23	Выполнено

Студентка: _____ Зиатдинова З.М.

ХАРАКТЕРИСТИКА

студентки ГАПОУ «Казанский торгово – экономический техникум»

Зиатдиновой Зилии Мударисовны

Студентка Зиатдинова З.М. за время прохождения практики проявила себя следующим образом:

- место проведения практики посещалось _____ ежедневно _____,
- отношение к должностным обязанностям _____ отличное _____,
- в овладении специальностью проявлено _____ хорошо _____.

За время прохождения практики Зиатдинова Зилия_ показала:

- умеет планировать и организовывать собственную деятельность,
- понимает сущность и значимость своей будущей профессии, проявляет к ней интерес,
- имеет хороший уровень культуры поведения,
- умеет работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями,
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя отлично

Характеристика дана для предъявления в ГАПОУ «Казанский торгово – экономический техникум».

Администратор _____ Морозова Т.В.

**ОТЧЕТ О ВЫПОЛНЕНИИ ЗАДАНИЙ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

Я, Зиатдинова Зилия, студент группы О-506 проходила практику в АО «Юнона» ресторан «Сафар» ул. Односторонка Гривки, 1

В ходе прохождения практики мной необходимо было ознакомиться с правилами техники безопасности на предприятии при работе в торговом зале, изучить инструкцию по технике безопасности, ознакомиться с предприятием, его типом, классом, структурой, контингентом питающихся, выявить потребности потребителей организации, собрать информацию о ценах и сделать анализ ценовой политики организации и т.д.

Для этого я должна иметь не только богатый багаж теоретических знаний, но и практический опыт работы.

Ресторан «Сафар», находящийся по адресу г. Казань ул. Односторонка Гривки, 1 - относится к предприятиям общественного питания среднего класса, предназначенное для организации досуга населения специализирующееся на производстве и реализации кулинарных изделий: фирменных блюд, заказных блюд несложного приготовления (легкие салаты, первые, вторые блюда) в ограниченном ассортименте, а также горячих (кофе, чай, глинтвейны) и холодных (соки, воды) напитков, кондитерских и сладких блюд. Тип заведения: ресторан при отеле. Кухня здесь европейская, русская и татарская. Имеются такие услуги как: шведский стол, бизнес - ланч, кофе брейк, обеды и ужины, сцена, звуковое оборудование, световое оборудование, проектор, wi-fi, бесплатная парковка.

Услуги: украшение зала, заказ торта Разрешается: свой алкоголь без пробкового сбора, свои напитки, свои фрукты, свой торт.

Режим работы ресторана: круглосуточно.

В процессе своей деятельности я обязана соблюдать правила личной гигиены и производственной санитарии.

На рабочем месте запрещается хранить пищевые продукты и предметы, не имеющие отношения к работе. Принимать пищу следует только в специально отведенном для этого месте.

Запрещается выполнение работы в состоянии алкогольного, токсического или наркотического опьянения.

В процессе прохождения практики в ресторане «Сафар», я ознакомилась с практической деятельностью предприятия. При практической работе я воспользовалась полученными теоретическими знаниями в Казанском торгово-экономическом техникуме непрерывного образования по специальности и применила их на практике. По окончании практики мною были получены такие навыки, как проведение опроса для выявления запросов потребителей; составление перечня продукции и услуг, применяемых в организации общественного питания; определение их целей, задач и основных направлений, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания; разработка корректирующих мероприятий; разработка предложений по совершенствованию сбытовой и ценовой политик; выявление основных конкурентов организации. Определение признаков, позволяющих отнести организацию общественного питания к конкурирующей; установление

ассортимента продукции, услуг организаций-конкурентов общественного питания путем ознакомления с их сайтом и т.д.

Вывод: Я на собственном опыте убедилась, что работа официанта ресторана не такая уж сложная, и при наличии теоретических знаний, получаемых в процессе обучения, а также желании работать и узнавать больше об этой профессии, он становится приятной и интересной. Исходя из моей деятельности, я сделала вывод, что основным направлением работы ресторана «Сафар» является создание комфортных условий и поддержание гостеприимной обстановки в помещении, а также повышение качественного обслуживания посетителей и выполнение поставленных целей при максимальном достижении, а также привлечение большего количества посетителей, путем введения различных новинок.

СВОДНАЯ ВЕДОМОСТЬ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

(АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ)

**СТУДЕНТКА 4 КУРСА группы О-506 Зиатдиновой Зилии
Мударисовны**

**по специальности 43.02.01 «Организация обслуживания в общественном
питании»**

**успешно прошла производственную практику
ПМ 03«Маркетинговая деятельность в организациях общественного
питания»**

с «27» февраля 2023 г. по «04» марта 2023 г. В ОБЪЕМЕ 36 ЧАСОВ

В ОРГАНИЗАЦИИ АО «Юнона» ресторан «Сафар»

Название ПК	Основные показатели оценки результата (ПК)	Освоена/ Не освоена
ПК 3.1 Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания	Виды и разновидности потребностей, средства их удовлетворения, их количественные и качественные характеристики	Освоена
ПК 3.2 Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт	Показатели оценки эффективности маркетинговых коммуникаций	Освоена
ПК 3.3 Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией	Показатели оценки конкурентоспособности	Освоена

Куратор практики _____ Морозова Т.В.

**Министерство образования и науки Республики Татарстан
Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение «Казанский торгово-экономический техникум»**

**ДНЕВНИК
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**ПМ 03«Маркетинговая деятельность в организациях общественного
питания»**

специальность: 43.02.01 «Организация обслуживания в общественном
питании»

Студентки 4 курса гр. О-506 Зиатдиновой З.М.

Руководители практики от ГАПОУ «КТЭТ»: Иванова А.В.

Руководители практики от предприятия: Морозова Т.В.

Казань, 2023 г.

День 1. (27.02.23 г.)

Тема 1. Ознакомление с организацией общественного питания - базой практики.

Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком ее проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, порядком получения и хранения спецодежды, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями. Вводный инструктаж по безопасности труда и пожарной безопасности. Ознакомление с организацией: его организационно-правовая форма, тип, класс, место расположения, режим работы, перечень предоставляемых услуг, контингент питающихся, состав и планировка складских помещений, их оборудование и оснащение; характер производства, наличие филиалов. Ознакомление с видами услуг, предоставляемых рестораном, баром в зависимости от класса обслуживания. Ознакомление с основными категориями обслуживающего персонала в данной организации, требованиями к нему в организации планировании его труда, правилами личной гигиены.

Сегодня в ходе прохождения практики в ресторане «Сафар» я ознакомилась с графиком перемещения студентов по рабочим местам, порядком получения и хранения спецодежды, правилами внутреннего распорядка и гигиеническими требованиями. А также с организацией: его организационно-правовой формой, типом, классом, местом расположения и т.д.

В процессе своей деятельности я обязана соблюдать правила личной гигиены и производственной санитарии. У меня должны быть собраны волосы, коротко подстрижены ноги, моя одежда должна быть чистая и не мятая. Практику я прохожу в спец.одежде, то есть белая рубашка и чёрная юбка, а также чёрная обувь, без шнурков. Все свои вещи я храню в раздевалке, которая находится рядом с мойкой.

В мои обязанности на практике входит: убирать грязную посуду во время шведского стола, пополнять мармиты с едой при необходимости, протирать грязные столы, пополнять салфетницы, перечницы и солонки. При заказе в номер мне нужно взять заказ и воспользоваться лифтом, чтобы донести заказ гостю. Также в мои обязанности входит натирание столовых приборов, стекла и фарфора. При необходимости я должна помогать официантам.

Во время инструктажа мне также напомнили, что в ресторане запрещается выполнение работы в состоянии алкогольного, токсического или наркотического опьянения. Спецодежда должна храниться в раздевалке для сотрудников в отдельных шкафчиках.

Также мне провели вводный инструктаж по безопасности труда и пожарной безопасности (Приложение А). При возникновении пожара нужно немедленно эвакуировать посетителей, сообщить о пожаре менеджеру, а также в ближайшую пожарную часть по телефону 101 и приступить к

тушению пожара с помощью первичных средств пожаротушения. При необходимости принять меры к эвакуации людей и материальных ценностей в соответствии с планом эвакуации.

Я ознакомилась с правилами техники безопасности на предприятии при работе в торговом зале, изучение инструкций по технике безопасности, ответственность студентов за выполнение инструкций по безопасности труда и т.д. Перед тем, как приступить к выполнению служебных обязанностей я обязана надеть спецодежду и удобную обувь без шнурков. Мои волосы должны быть убраны. Необходимо, чтобы моё рабочее место было чистым, а проходы в кухонном помещении свободными. Я должна следить за наличием трещин, сколов и других поломок инвентаря, которые недопустимы в работе с кухонным инструментом. Также обязательным мероприятием является проверка технической исправности оборудования и заземления. В случае обнаружения сбоев в работе оборудования, я должна незамедлительно отключить его от питания и вызвать специалиста. Самостоятельно устранять поломки не рекомендуется.

В целях обеспечения безопасности обслуживания посетителей в торговом зале я должна:

- проверить состояние пола в торговом зале, около раздачи;
- если обнаружены скользкие места или неровности, потребовать их устранения — смыть с пола жир, вытереть жидкость или убрать предметы, мешающие работать;
- быть осторожным и внимательным у дверей проходов;
- банки с консервированной продукцией вскрывать ключом или специальными приборами;
- ставить посуду с горячими блюдами на поднос, площадь которого больше площади данной посуды, соблюдать осторожность при переносе пищи по лестнице и лифте;
- не проходить с подносом по залу во время танцев;
- не использовать посуду с трещиной или щербинкой, ее необходимо заменить;
- блюда на поднос ставить только в один ряд;
- обеденные приборы не держать в руках острием вперед, а для переноса использовать тарелку или поднос;
- бутылку открывать только штопором или ключом.

Также мне провели инструктаж по оказанию первой помощи при несчастных случаях, по производственной санитарии и гигиене. Я обучилась технике первой помощи при ожогах, а также отравлениях.

Сегодня я также ознакомилась с предприятием, типом, классом, перечнем основных услуг предприятия и режимом ресторана.

Ресторан «Сафар» находится по адресу г. Казань, ул. Односторонка Гривки,1. Данный ресторан является рестораном при отеле первого класса. Сам ресторан находится на втором этаже здания, куда можно попасть воспользовавшись лифтом или же лестничной площадкой. Планировка складских помещений построена очень удобно (Приложение Б), они

находятся не далеко друг от друга и оснащены необходимым оборудованием. Основным контингентом ресторана являются гости, проживающие в отеле. График работы ресторана: Круглосуточно. Меню состоит из европейских, русских и татарских блюд. Ассортимент выпускаемой продукции безопасное и в хорошем качестве. Меню в ресторане оформлено грамотно и эстетично. Гостей обслуживают опытные официанты, которые знают все правила обслуживания и этикета. Всё оборудование и оснащение в ресторане высшего качества(Приложение В), они регулярно проверяются специалистами, которые работают в данном предприятии.

Ресторан «Сафар» предоставляет такие услуги, как:

Комплексные обеды: включает в себя салат (закуску), горячее первое блюдо, горячее второе блюдо (основное блюдо и гарнир), хлеб и напиток на выбор (чай или компот), возможна доставка в номер. Также есть частные мероприятия, корпоративные праздники и вечеринки: организация свадеб, дней рождений, юбилеев или любых других торжеств. Составление специального банкетного меню, украшение зала под любой праздник. Ресторан «Сафар» организует обслуживание банкетов различных видов, тематических вечеров.

Также проводятся презентации и конференции, ресторан «Сафар» поможет в организации важной презентации или конференции. Имеется специальное оборудование - проектор и помещение (закрытый банкетный зал на 25 чел). Если собирается больше 25 человек, то мероприятие устраивается в другом зале, предоставляется большой ассортимент холодных закусок, блюд из морепродуктов, сэндвичей и фруктов, который размещаются на специальных столах для фуршета, вокруг которых участники мероприятия располагаются для приятной беседы.

Также предоставляется детское меню, бесплатный доступ в интернет.

Инфраструктура: Лифт. Тип парковки: бесплатная.

Помимо всего этого, так как ресторан «Сафар» при отеле, то можно забронировать номер и остаться там ночевать. В отеле также очень много услуг, что делает проживание там намного комфортнее.

К обслуживающему персоналу ресторана «Сафар» относятся: метрдотель (администратор), официант, бармен. Должностные инструкции обслуживающего персонала разрабатывает администрация предприятия с учетом особенностей работы и требований к обслуживающему персоналу (Приложение Г).

В обязанности администратора ресторана «Сафар» входит: составление текущих торгово-административных планов; разработка и организация системы отчетности по выполнению плановых экономических показателей (объем продаж по отдельным позициям ассортимента, объем продаж на официанта/бармена, средний чек на гостя, средний чек от объема продаж на официанта/бармена, нормы затрат по кухне, по бару); результаты инвентаризации; составление необходимых письменных отчетов, отчетов перед учредителями, отчетов от подчиненных; переписка с деловыми партнерами.

Официант ресторана «Сафар» должен иметь профессиональную подготовку, уметь производить сервировку стола в соответствии со стандартом, контролировать чистоту, состояние и комплектность приборов, посуды, скатертей и салфеток, знать меню, знать основные и сезонных блюда и напитки, предлагаемые гостям. Также официант должен уметь консультировать гостей ресторана об особенностях блюд и напитков, быть способным помочь при составлении заказа. Должен принимать заказов от гостя и уметь подать блюдо и напиток согласно установленным правилам обслуживания. Предоставлять счёт гостям. В случае возникновения проблем у гостя, должен уметь принимать решение в рамках своей компетенции.

Бармен ресторана «Сафар» должен иметь профессиональную подготовку, знать основные правила этикета и технику обслуживания потребителей за барной стойкой и в зале, знать ассортимент, рецептуры, технологию приготовления, правила оформления и подачи алкогольных, слабоалкогольных коктейлей, напитков, а также закусок, блюд и кондитерских изделий. Также он должен знать правила международного этикета, специфику и технику обслуживания иностранных потребителей, должен знать иностранный язык международного общения в пределах разговорного минимума, виды и значения инвентаря, столовой посуды, приборов, оборудования, используемых при приготовлении и отпуске напитков и закусок. Бармен должен знать и соблюдать условия и сроки хранения кулинарной продукции и покупных товаров, температурные режимы подачи напитков и закусок, знать правила эксплуатации видео- и звуковоспроизводящей аппаратуры, правила эксплуатации контрольно-кассовых аппаратов, порядок оформления счетов и расчета по ним с потребителями. Ну и конечно же бармен должен знать номера телефонов вызова такси, милиции, скорой помощи, пожарной команды и т.п.

День 2. (28.02.23 г.)

Тема 2. Выявление и анализ потребностей в продукции и услугах общественного питания.

Проведение опроса для выявления запросов потребителей по следующим этапам: подготовительный (согласование с руководством организации общественного питания проведения опроса, составление анкеты и согласование ее с руководителем практики и руководством организации общественного питания), основной (проведение анкетирования выборочным методом), заключительный (обработка анкет, анализ и оценка данных составление справки с результатами опроса и предложениями по улучшению степени удовлетворенности посетителей общественного питания).

Проведение исследований с применением регистрационного метода, в том числе наблюдений для выявления потребительских предпочтений (по количеству заказываемых блюд определенных наименований, количеству блюд не полностью съеденных и др)

Разработка обобщенных предложений по результатам опроса и регистрационного метода

Доведение информации о предложениях до руководства организации общественного питания.

Сегодня я должна была выявить запросы потребителей через опрос, для этого я подготовила анкету и попросила ответить гостей ресторана «Сафар» на вопросы моего опроса.

Исследование потребителей является одним из самых востребованных видов исследований, поскольку гости, покупая товары ресторана, приносят ей прибыль. Неудивительно, что гость находится в центре внимания. Изучая своих гостей, их желания, предпочтения, ресторан может предложить им именно то, что им нужно. В то же время ресторан сможет удовлетворить потребности своих посетителей, лучше конкурентов.

Для проведения опроса я составила анкету с несколькими вопросами для гостей данного ресторана и согласовала его с администратором ресторана «Сафар» и руководителем практики (Приложение Д). Администратор сразу согласилась провести такой опрос, ведь он поможет ресторану узнать о своих гостях больше и выявить потребности гостей. После согласования анкеты, я распечатала его в нескольких экземплярах и просила гостей ответить на вопросы. Большинство гостей с радостью соглашались пройти мою анкету и ответить на вопросы. В результате в моем опросе приняло участие 177 человек. После завершения опроса, я провела анализ опираясь на ответы гостей. Анализ результатов опроса позволил выделить три потенциально привлекательные группы:

- проживающие в гостинице 67%;
- постоянные гости 18 %;

- бизнес-клиенты 14 %;
- прочие 1%.

Группа, составляющая наибольший процент гостей – проживающие в гостинице (67 %) – является основным сегментом, приносящим прибыль. В него входят командированные, прибывшие в город, бизнесмены, предприниматели и прочие. Следующая наиболее привлекательная группа – постоянные гости – 18 %, данная категория граждан 3-4 раза в неделю посещает ресторан, удовлетворена предоставляемым ассортиментом блюд, отмечая качественное обслуживание. Третью группу гостей обозначим как «бизнес - клиенты», данная категория составляет 14 %. В основном это гости, работающие неподалеку, и, как правило, пользующиеся услугами ресторана либо во время обеда (бизнес-ланч), либо в вечернее время для проведения деловых переговоров во время ужина.

С помощью опроса я также выявила, что 75% гостей ресторана «Сафар» нравится данный ресторан и его блюда, 22% нравится ресторан, но они бы внесли некоторые изменения, а 3% не нравится данный ресторан и они не хотят больше посещать его. Как мы можем заметить, гостей, которым нравится ресторан «Сафар» больше, поэтому ресторану не стоит особо переживать. Но стоит и учесть желания гостей, которые хотели бы что то изменить в данном ресторане. Таким образом, удовлетворив требования гостей, ресторан «Сафар» потенциально имеет возможность в будущем видеть данных гостей в категории «постоянные посетители».

К совершенствованию и разработке новых услуг для ресторана «Сафар» необходимо подходить крайне осторожно, поскольку необходимо соблюсти баланс между сохранением привлекательности ресторана для постоянных гостей, созданием для них дополнительной привлекательности и привлечением новых гостей.

Изучив результаты опроса и регистрационного метода я бы порекомендовала ресторану «Сафар» несколько видов изменений, которые следует провести в ресторане:

Первые касаются улучшения качества обслуживания - это в первую очередь вопросы технического характера и профессионализма всех звеньев в цепи обслуживания гостей. За счет замены оборудования, повышения контроля за качеством обслуживания, улучшения используемых ингредиентов блюд, корректировка меню и т. п.

Также было бы неплохо организовать мероприятия маркетингового характера, направленные на привлечение дополнительных гостей и удержание постоянных.

Для этого я бы порекомендовала ресторану «Сафар» следующие мероприятия:

- организация специальных культурно - досуговых мероприятий к другим праздникам; в такие дни можно предлагать специально разработанное меню.

- постоянным посетителям, или сделавшим большой заказ выдается (или продается) карточка постоянного гостя, дающая возможность посещать

ресторан со скидкой на основное меню или на определенные мероприятия, организуемые рестораном.

- организация специальных концертных программ, выступлений популярных музыкальных коллективов и т.п.

- создать систему подарков и скидок в праздничные дни.

Помимо всего прочего можно организовывать дни национальных кухонь, специальные детские программы и пр.

Все свои предложения я довела до руководства ресторана «Сафар», с предоставлением результатов моего опроса (Приложение Е). Руководство ресторана «Сафар» изучили его и сообщили, что постараются сделать всё возможное для реализации данных предложений.

День 3. (01.03.23 г.)

Тема 3. Участие в разработке комплекса маркетинга

Ознакомление с составными элементами комплекса маркетинга организации общественного питания (продукция, цена, место, продвижение, персонал). Анализ эффективности указанных составных элементов: оценка качества продукции организации общественного питания (в баллах), уровня цен и стратегии ценообразования, соотношения: цена-качество; оценка привлекательности и удобства места расположения организации общественного питания, перечень применяемых средств продвижения, оценка эффективности работы персонала по обслуживанию посетителей и продвижению продукции организации общественного питания. Разработка предложений по совершенствованию средств комплекса маркетинга организации общественного питания.

Сегодня во время прохождения практики я ознакомилась с составными элементами комплекса маркетинга ресторана «Сафар».

Комплекс маркетинга — это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых ресторан использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка.

К элементам комплекса маркетинга традиционно относят: сам продукт, его цену, места продажи и продвижение. При одновременной и системной работе с этими параметрами ресторан может получить желаемую реакцию потребителя на свое предложение.

Комплекс маркетинга ресторана «Сафар»:
Особенности разработки продукции и сервисного обслуживания:
Ресторан «Сафар» предлагает услуги питания, при этом гостям здесь подают качественные и вкусные блюда и напитки европейской кухни. В ресторане «Сафар» предложен огромный ассортимент блюд и напитков не только европейской кухни, но и другие, поэтому ресторан «Сафар» можно отнести как к специализированной категории, так и полносервисной. Есть блюда, которые при подаче, могут вызвать у клиента удивление, а некоторые напитки, такие как кофе и вина, имеют свою торговую марку. В общем можно сказать, что в ресторане «Сафар» подают блюда и напитки, обладающие своей уникальностью и высоким качеством.

Особенности ценообразования: В ходе исследования я установила, что в ресторане установлены общепризнанные цены, что подходит для среднего и высшего класса. На некоторые продукты цены установлены выше рыночной, но в основном на напитки, но это зависит от определенного периода или сезона, например, перед некоторыми крупными праздниками цены повышаются на многие сорта вин и фирменные блюда. Также я заметила пониженные цены на некоторые блюда, которые можно приготовить в домашних условиях, т.е. привычные для нас блюда. Итак, в ресторане «Сафар» применяют практически все стратегии установления цен

на рынке, что позволяет персоналу ресторана принимать гостей разных классов.

Особенности месторасположения ресторана:

Ресторан «Сафар» расположен по адресу г. Казань, ул. Односторонка Гривки, 1, 2 этаж. Месторасположение ресторана вполне удачно для него. Ресторан «Сафар» предлагает разнообразный ассортимент блюд, закусок и напитков. Работает круглосуточно и большое количество гостей в основном после 17:00-18:00. Уровень обслуживания здесь хороший. Официанты профессионально подходят к своему делу. Но ресторану «Сафар» приходится конкурировать с кафе и ресторанами расположенными недалеко от него. Например, кафе и рестораны на улице Декабристов и Ибрагимова.

Особенности продвижения ресторана:

Ресторан «Сафар» использует разнообразные методы стимулирования, особенно интересны различные акции, бонусы скидки, которые предоставляет предприятие своим клиентам, к примеру, при заказе от 600 рублей бесплатные блинчики со сгущёнкой. Руководство также использует рекламные буклеты. Итак, ресторан старается использовать методы стимулирования гостей, такие как акции, бонусы, скидки.

Менеджер по маркетингу ресторана «Сафар» постоянно анализирует внутреннюю и внешнюю среду предприятия и составляет маркетинговый комплекс предприятия, учитывая постоянно изменяющиеся вкусы и потребности гостей.

На основе данных анализа я составила маркетинговый комплекс ресторана «Сафар», в котором в основном ярко отражены четыре основных элемента - продукт, цена, место и продвижение.

Ресторан «Сафар» - это ресторан, который может спокойно похвастаться и качественной едой и прекрасным обслуживанием. Но, к сожалению, об этом ресторане знает не каждый человек, живущий в Казани.

В связи с совершенствование деятельности и повышением уровня конкурентоспособности руководству ресторана «Сафар» я рекомендую:

- ставить во время рабочего времени на выходе стендер с каким-нибудь интересным изображением или названиями самых популярных блюд;
- поменять фоновую музыку в ресторане;

День 4. (02.03.23 г.)

Тема 4. Определение продукции и услуг общественного питания.

Ознакомление с возможными видами стимулирования в организации общественного питания и наличием отдельных из них в конкретной организации.

Составление перечня продукции и услуг, применяемых в организации общественного питания - базе практики. Анализ и оценка их эффективности.

Анализ информационного обеспечения: меню, карты вин, внутрифирменной и внешней рекламы.

Анализ организационного и экономического стимулирования (форм обслуживания, порядка расчета размещения столов в зале, обслуживания, сервировка столов, наличие скидок и т.п.) Разработка предложений по совершенствованию продукции и услуг в организации общественного питания.

Сегодня я ознакомилась с возможными видами стимулирования в организации ресторана «Сафар» а также составила перечень продукции и услуг, применяемые в данном ресторане.

Ресторан «Сафар» находится по адресу г. Казань, ул. Односторонка Гривки, 1. Данный ресторан является рестораном при отеле первого класса. Сам ресторан находится на втором этаже здания, куда можно попасть воспользовавшись лифтом или же лестничной площадкой.

График работы ресторана: Круглосуточно.

Ресторан «Сафар» предоставляет такие услуги, как: доступ в интернет: интернет есть на всей территории ресторана.

И так рассмотрим возможные виды стимулирования в организациях общественного питания. В организациях общественного питания существует два вида стимулирования, это материальное и нематериальное. Материальное стимулирование делится на денежное и не денежное. В денежное входит заработная плата, процент от выручки, премии и т.д., а в не денежное входит медицинское обслуживание, страхование, питание и т.д. Что касается нематериальное стимулирования, то это повышение имиджа, повышение квалификации и т.д.

Изучая стимулирование в данном ресторане, я выяснила, что вопросы стимулирования работников в ресторане «Сафар» решает руководитель. Используются различные системы вознаграждения за труд, как важнейшее средство повышения производительности труда и качества работы.

В основном в ресторане «Сафар» применяется такой метод материального стимулирования, как внешние вознаграждения.

1. Ежегодно увеличивающиеся заработная плата и премиальные выплаты.

2. Комплекс поощрительных мер, связанных со спецификой работы предприятия - бесплатная доставка работников ресторана с работы, оказывается материальная помощь работникам, попавшим в чрезвычайные ситуации.

3. Предоставление льготных кредитов, условия которых зависят от стажа работы на предприятии.

Производятся доплаты работникам:

- за работу в праздничные и выходные дни;
- за профессиональное мастерство;
- за работу в ночное время.

Цель доплаты - стимулирование закрепления в ресторане «Сафар» постоянных работников, чей профессиональный и квалификационный уровень соответствует требованиям данного ресторана. Категория персонала, на которой распространяется доплата; все группы категории постоянных работников ресторана «Сафар».

С целью усиления заинтересованности работников в результатах своего труда в ресторане «Сафар» широко применяются различные формы материального стимулирования за качественные достижения в работе в виде премий, годового вознаграждения.

Премия за основные показатели деятельности начисляется пропорционально заработной плате за фактически отработанное время за соответствующий период. Выплаты в целом производятся лишь при выполнении следующих показателей плана:

- по выручке - 10%;
- по объему выполненных работ - 5%;
- по прибыли - 25%;

В ресторане «Сафар» размер премии объявляется приказом в процентах к окладу или фактически начисленному заработку. Предусмотрены следующие размеры выплачиваемых премий: не более 25% в месяц и 75% в квартал, к заработной плате за фактически отработанное время.

Услуги и удобства в ресторане «Сафар»:

Ресторан предоставляет: комплексные обеды: включает в себя салат (закуску), горячее первое блюдо, горячее второе блюдо (основное блюдо и гарнир), хлеб и напиток на выбор (чай или компот), возможна доставка в номер. Также есть частные мероприятия, корпоративные праздники и вечеринки: организация свадеб, дней рождений, юбилеев или любых других торжеств. Составление специального банкетного меню, украшение зала под любой праздник. Ресторан «Сафар» организует обслуживание банкетов различных видов, тематических вечеров.

Также проводятся презентации и конференции, ресторан поможет в организации важной презентации или конференции. Имеется специальное оборудование - проектор и помещение (закрытый банкетный зал на 25 чел). Если собирается больше 25 человек, то мероприятие устраивается в самом зале, предоставляется большой ассортимент холодных закусок, блюд из морепродуктов, сэндвичей и фруктов, который размещаются на специальных столах для фуршета, вокруг которых участники мероприятия располагаются для приятной беседы. Также в ресторане «Сафар» предоставляется детское меню, лифт, бесплатная парковка.

Оценивая услуги ресторана «Сафар», я могу с уверенностью сказать, что все они эффективны и я бы даже сказала, что они необходимы в наше время. Благодаря данным услугам ресторана, здесь появляется всё больше постоянных посетителей.

Изучив меню, карту вин, внутрифирменную и внешнюю рекламу ресторана «Сафар», я провела анализ. Благодаря этому анализу, я выяснила, что оформлением вин занимается маркетолог и бармен данного ресторана. Они обговаривают все нюансы, выявляют наилучшее оформление для заинтересованности гостей, а затем согласовывают всё это с директором ресторана. Рассмотрев меню и карту бара, я могу сказать, что они оформлены грамотно и со стилем, что очень важно для ресторана (Приложение Ж).

Внутрифирменной и внешней рекламой ресторана «Сафар» занимается также личный маркетолог. Маркетолог тщательно разрабатывает внутреннюю и внешнюю рекламу и соответственно согласовывает всё это с директором ресторана. Что касается внутренней рекламы ресторана «Сафар», то это рекламные буклеты на каждом столе, а внешнюю рекламу вы можете наблюдать с улицы в виде вывески наименования предприятия (Приложение И).

Наблюдая за обслуживанием и сервировкой столов в ресторане «Сафар», могу сказать, что обслуживание гостей в основном проводит официант (Приложение К), а также бармен ресторана «Сафар». Все официанты хорошо знают меню и карту бара, благодаря чему могут качественно обслужить гостей. Официантов в данном ресторане в достатке, что необходимо для быстрого и качественного обслуживания. Гости остаются довольны, ведь официанты подходят к своей работе с большой ответственностью.

Столы в ресторане «Сафар» размещены очень удобно. Основной торговый зал разделён на две части, которые оформлены в разных стилях, что позволяет гостям выбрать наиболее понравившийся им зал. Один зал оформлен в традиционном русском стиле, где преобладают красные тона, столы с этом зале деревянные прямоугольной формы. А второй зал оформлен более в классическом стиле, столы здесь круглой формы, изготовленные из такого материала, как ДСП.

Столы в ресторане «Сафар» сервируют также официанты. К этой задаче официанты ресторана «Сафар» также относятся серьёзно, ведь от сервировки стола зависит эстетичность ресторана. Столы в ресторане «Сафар» сервируют основываясь на блюда, которые заказали гости (Приложение Л).

Также в ресторане «Сафар» предоставлены различные акции и скидки. Такие мероприятия необходимы для привлечения как можно больше гостей. Одна из последних акций в ресторане «Сафар» это предоставление бесплатных блинчиков со сгущёнкой при заказе от 600 рублей.

По окончании своего анализа в ресторане «Сафар», я бы порекомендовала стимулировать обслуживающий персонал не только материальным методом, но и нематериальным. Также я думаю, что в

ресторане не достаточно рекламы, поэтому я бы посоветовала подойти к этому вопросу более серьёзно.

День 5. (03.03.23 г.)

Тема 5. Анализ сбытовой и ценовой политики.

Ознакомление со сбытовой и ценовой политиками организации, общественного питания. Определение их целей, задач и основных направлений, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания. Разработка корректирующих мероприятий. Разработка предложений по совершенствованию сбытовой и ценовой политик.

Тема 6. Проведение маркетинговых исследований.

Ознакомление с проведенными в организации общественного питания маркетинговыми исследованиями и их результатами. Выявление реального внедрения в работу организации общественного питания принятых решений и разработанных мероприятий по результатам проведенных маркетинговых исследований.

Проведение собственных маркетинговых исследований по анализу окружающей среды организации общественного питания (внутренней и внешней), выявлению сегмента рынка услуг общественного питания, на который выходит организация общественного питания (доставление, описание потребителей разных категорий (любителей вкусно поесть, любителей подкреплений (презент от шефа, дополнительных услуг, приготовление блюд в присутствии гостей и др.)

Оценка эффективности применяемых маркетинговых коммуникаций в организации общественного питания.

Разработка предложений по результатам проведенных исследований.

Сегодня я ознакомилась со сбытовой и ценовой политикой ресторана «Сафар».

Главная цель сбытовой политики - выбор наиболее оптимального канала сбыта, метода сбыта товара, что при эффективном использовании несомненно увеличит прибыль ресторана.

Задачи сбыта:

- мониторинг изменения емкости рынка, отражающей потенциальный объем сбыта услуг в течение установленного времени;
- поиск и освоение новых путей сбыта услуг, его совершенствование;
- разработка и применение сбытовой программы с учетом ассортимента и запросов потребителей;
- оценка результатов деятельности.

Особенностью сбытовой политики ресторанного продукта является отсутствие в классическом понимании каналов распределения. Однако она включает в себя мероприятия по работе с основными партнерами по бизнесу (поставщиками и посредниками) на рынке ресторанных услуг.

Рестораны используют ценовые, неценовые и активные методы стимулирования сбыта.

К ценовым методам стимулирования сбыта относятся следующие виды:

- скидки постоянным клиентам;
- скидки при проведении корпоративных мероприятий;
- скидки в утренние часы;
- скидки в дни рождения.

К неценовым методам относятся «премии», к какому-либо эксклюзивному блюду подается бесплатно бокал вина или коктейль. В определенные дни (раз в месяц) используется дегустация различных напитков. В ресторане «Сафар» как раз таки больше используется неценовой метод.

Основные цели стимулирования продаж - привлечь гостя к продукции и услугам, переманить гостей, удержать их, увеличить число гостей, увеличить объем заказов одним гостем.

Наибольший интерес среди мероприятий стимулирования для ресторана представляет стимулирование, направленное на гостей. При выборе инструментов стимулирования ресторан «Сафар» обязательно учитывает целевую аудиторию, значимость стимула, цель стимулирования, издержки и эффективность каждого средства стимулирования.

Ресторан «Сафар» заранее предупреждает своих постоянных клиентов о новом мероприятии или дегустации нового блюда в честь какого-либо праздника.

Стимулирование сотрудников ресторана «Сафар» направлено на повышение качества обслуживания, рост профессионального мастерства и совершенствование работы. В ресторане «Сафар» стимулирование работников осуществляется с применением следующих методов:

- заработная плата сопоставлена и конкурентоспособна с оплатой труда в аналогичных ресторанах города Казань, она зависит от квалификации, личных способностей и достижений в труде, к ней добавляются премии и доплаты.

- система внутрифирменных льгот работнику ресторана: это обеспечение питанием сотрудника в течение рабочего дня, оплата больничных листов.

- нематериальные привилегии - предоставление права на гибкий график работы, предоставление отгулов и отпусков.

Что касается стимулирования гостей ресторана «Сафар», то наша задача, это привлечь потребителей, посещающих конкурирующих заведений общепита. Для этого можно разработать несколько акций или скидок для гостей. К примеру, карты постоянного клиента можно выдавать клиентам, сделавшим заказ на сумму от 1500 руб. По данной карте предоставлялась бы скидка на 15% с суммы заказа, а также возможность получить по ней подарков во время проведения различных акций.

Кроме того, у ресторана «Сафар» есть интернет-сайт, на котором размещена подробная информация о ресторане, фотографии внутреннего и внешнего интерьера, подробное описание предлагаемого меню и расценки, специальные предложения, информация о проводимых акциях.

На первой странице сайта размещен полный адрес с контактным телефоном, фото фасада здания, часы работы. На следующей странице – меню и специальные предложения. Далее – описание интерьера с предоставлением фотографий.

Что касается ценовой политики предприятия общественного питания, то она зависит от его типа и класса, что объясняется тем, что предоставление широкого выбора блюд и дополнительных услуг связано с дополнительными затратами, которые увеличиваются при повышении качества блюд, условий и качества обслуживания. Таким образом, ресторан привлекает посетителей, для которых важно все. Взамен ресторан получает выгоду от массового обслуживания, большой наполняемости зала. Загрузки производственных площадей и персонала.

При формировании базовой цены ресторан «Сафар» основывается на своих издержках. При этом использует метод ценообразования издержки плюс желаемая прибыль.

При установлении цен на товар ресторан «Сафар» всегда планирует свой стратегический подход к ценообразованию, опираясь на то, какой этап жизненного цикла проходит товар, да и сам ресторан в целом. Когда в ресторане «Сафар» появляется новое блюдо, то здесь используется маркетинговая ценовая стратегия «ценового прорыва» основывающаяся на субъективной оценке гостями экономической ценности товара. Здесь ресторан использует цены на уровне более низком, чем по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью. Со временем, когда волна сбыта начнет расти, ресторан «Сафар» использует стратегию скользящей цены, т.е. постепенно повышает цену, которая будет «скользить» по кривой спроса.

Проанализировав всю ситуацию сбытовой и ценовой политикой в ресторане «Сафар», я хочу порекомендовать усовершенствовать маркетинговую деятельность, чтобы он мог спокойно конкурировать с другими предприятиями и привлечь как можно больше постоянных гостей.

Также я ознакомилась с проведенными в ресторане «Сафар» маркетинговыми исследованиями и их результатами.

Маркетинг может сделать очень многое для правильного позиционирования, а также продвижения ресторана. Ведь в индустрии общественного питания успешность в большей степени обуславливается удовлетворенностью гостей, та же, в свою очередь - своевременными, грамотно проведенными маркетинговыми исследованиями.

Основная функция маркетинговых исследований, в том числе в ресторанном бизнесе, - способствовать оценке ситуации, выработке оптимальной стратегии, снижению риска принятия неправильных решений.

Маркетинговый план - это - перечень тактических мероприятий, позволяющих улучшить положение предприятия на занимаемых сегментах рынка.

Целями и задачами ресторана «Сафар» являются:

- Окупаемость капитальных вложений за 1 год,

- Создание и продвижение ресторана:

а) Создание узнаваемого фирменного стиля (ресторанные «фишки», оригинальное меню и прочее);

б) Разработка единых стандартов приготовления блюд и обслуживания;

в) Проведение рекламного мероприятия

Целью маркетинга ресторана «Сафар» является создание условий для работы ресторана, при которых он может успешно выполнить свои задачи. В комплекс мероприятий по маркетингу входят следующие мероприятия:

- изучение потребителя,

- анализ рыночных возможностей,

- оценка предлагаемых продуктов и услуг и перспектив развития,

- анализ формы сбыта услуги,

- оценка, используемых фирмой методов ценообразования,

- исследование мероприятий по продвижению услуги на рынке,

- изучение конкурентов.

Один из основных факторов повышения эффективности работы ресторана «Сафар» и роста его товарооборота - это ассортимент блюд в меню. Ассортимент ресторана способен активно влиять на уровень продаж блюд. Широкий ассортимент блюд может удовлетворить самые неожиданные запросы гостей, однако неоправданное расширение ассортимента может привести к оседанию товара в ресторане, снижению оборачиваемости средств, а то и вовсе к "замораживанию" денег. В ресторане «Сафар» иногда проводятся такие мероприятия, как презент от шеф повара (Приложение М), а также в ресторане «Сафар» есть такое мероприятие, когда шеф повар готовит своё фирменное блюдо прямо в торговом зале (Приложение Н).

Проводя исследование в области отношения потребителей к товару я могу сказать, что одним из факторов, влияющих на решение при покупке того или иного товара является качественно организованная реклама. Из этого следует, что задача рекламы на месте продажи, оказания услуги - обеспечить встречу потребителя с товаром. Сейчас ресторан «Сафар» усердно старается работать над разработкой рекламных мероприятий. В ресторане «Сафар» расставлены рекламные буклеты на столах, а при входе в здание можно заметить рекламные баннеры.

Также, сама атмосфера ресторана «Сафар» располагает людей к приятному времяпровождению. Гости находятся в расслабленном состоянии, приподнятом настроении. Такой позитивный настрой переносится и на отношение к рекламе. В ресторане предоставляется бизнес-ланч с 12.00 до 16.00, цена средняя по городу 250 и 350 рублей.

День 6. (04.03.23 г.)

Тема 7. Выявление конкурентов организации общественного питания и определение конкурентоспособности ее продукции.

Ознакомление с конкурентной средой организации общественного питания. Выявление основных конкурентов организации. Определение признаков, позволяющих отнести организацию общественного питания к конкурирующей, установление ассортимента продукции, услуг организаций-конкурентов общественного питания путем ознакомления с их сайтом или личного посещения, сопоставления с ассортиментом продукции и услуг анализируемой организации общественного питания. Определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами. Разработка предложений по повышению конкурентных преимуществ организации общественного питания.

Тема 8. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации общественного питания

Разработка плана маркетинговых мероприятий и предложений по совершенствованию работы организации общественного питания

Сегодня я ознакомилась с конкурентной средой ресторана «Сафар» и разработала несколько предложений по повышению конкурентных преимуществ ресторана.

Любое современное предприятие общественного питания, независимо от своих масштабов, действует в конкурентной среде. Даже те предприятия, которые занимают монополистическое положение на внутреннем рынке обязательно имеют конкурентов. Это естественное явление, так как на рынке всегда найдутся товары или услуги. Если таковых нет, это означает только одно, они появятся. Исходя из этого, нужно всегда быть готовым к появлению новых конкурентов выбранной отрасли.

Конкурент - это противник, а противника всегда надо знать в лицо. Поэтому при выборе стратегии деятельности и развития любого предприятия необходим анализ конкурентной среды предприятия.

Конкурентоспособность предприятия - это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей гостей.

Высокая конкурентоспособность ресторана обуславливается удовлетворенностью и готовностью гостей повторно заказать блюдо этого ресторана, отсутствием претензий к ресторану со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном ресторане.

На сегодняшний день рынок общественного питания в городе Казань стабильно развивается. В 2022 году количество предприятий

потребительского рынка увеличилось по сравнению с 2020 годом в 1,4 раза. Вместе с увеличением числа заведений наблюдается и рост уровня конкуренции.

В основном конкурентную борьбу навязывают предприятия общественного питания, находящиеся в непосредственной близости от ресторана. Это говорит о том, что территориальный признак является основным для формирования непосредственной конкурентной среды.

Основными конкурентами ресторана «Сафар» являются ресторан «Van Gogh» и ресторан «4 Кухни» (Приложение П). Данные рестораны довольно популярны и конкурентоспособны. У них проводятся хорошие маркетинговые мероприятия и они имеют большое количество постоянных гостей. У данных ресторанов также хорошо разработан и оформлен официальный сайт в интернете (Приложение Р), что помогает им привлечь ещё больше гостей.

Для того чтобы привлечь новых гостей в ресторан «Сафар» проводятся комплексные работы по позиционированию ресторана: создана официальный сайт в социальных сетях. Кроме этого ресторан «Сафар» использует методы стимулирования гостей, такие как акции, бонусы и скидки. Данными приемами могут воспользоваться и конкуренты, поэтому желательно провести с периодичностью анализ конкурентной среды и основных конкурентов в целом.

Для успешного развития, необходимо учитывать все факторы, влияющие на конкурентные позиции ресторана: качество товара, ассортимент, представление лучшей услуги, поэтому комплексная политика, направленная на улучшение каждого аспекта, занимает важное место в повышении конкурентоспособности ресторана. Основными критериями данной политики являются спрос и предложение на продукцию. Анализируя спрос, можно определить так называемые слабые места в деятельности ресторана, для дальнейшего усиления данных позиций.

В конкурентной политике относительно товара или услуг ресторан «Сафар» принимает во внимание, прежде всего правильную подачу блюд или услуг, комфорт, качество и уникальный вкус предлагаемых продуктов питания, внешняя привлекательность и другие характеристики, то есть способность товара удовлетворять потребности гостей лучше, чем товары или услуги конкурентов.

Изучив конкурентоспособность ресторана «Сафар», я бы посоветовала усовершенствовать качества изготовления блюд: отбор поставщиков, предоставляющих качественное сырье, закрепленное соответствующими сертификатами качества продукции. Потому что это необходимо для поддержания имиджа ресторана. Влияние поставщиков на ресторан усиливается, если их продукты сильно дифференцированы или уникальны. Я также разработала план маркетинговых мероприятий и предложений по совершенствованию работы ресторана «Сафар». Я считаю, что в ресторане «Сафар» необходимо организовать такие мероприятия, как:

- Разработать и производить новые виды продукции - это позволит разнообразить продукцию ресторана «Сафар» и заменить застоявшейся или невостребованный товар. Предлагаю выпускать новые экзотические блюда; расширить ассортимент коктейлей; изготовить новые легкие и фруктовые салаты; производить мороженое; изготавливать блюда из морепродуктов; увеличить производство прохладительных напитков.

- Ввести новую услугу «доставка на дом», данная услуга позволит посетителям, которые по каким либо причинам не смогли попасть в ресторан, производить заказ различных блюд, не выходя из дома. Для данного вида услуги, я думаю, необходимо нанять повара для готовки блюд исключительно на заказ, оператора для приема заявок и курьера, который будет доставлять еду.

- Проводить детские праздничные дни, позволит детям веселиться, радоваться, а родителям немного отдохнуть и расслабиться от детей. Целесообразно разработать праздничное детское меню, проводить детские дни рождения. Например, можно расширить ассортимент, опираясь на потребности детей (кондитерские изделия, детские молочные коктейли, соки в ассортименте и т.п.). Целесообразно специально для детских праздников украшать столы детской посудой, шариками, красочными лентами;

Водный инструктаж по безопасности труда и пожарной безопасности

ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА

ВВОДНЫЙ ИНСТРУКТАЖ

Вводный инструктаж по охране труда проводится со всеми вновь принимаемыми на работу лицами независимо от их образования, стажа работы, а также с временными работниками, командированными, учащимися и студентами, прибывшими на производственное обучение или практику, с учащимися в учебных заведениях перед началом лабораторных и практических работ в учебных лабораториях, мастерских, на участках и полигонах.

В организации инструктаж проводит инженер по охране труда или лицо, на которое приказом по организации возложены эти обязанности. На крупных предприятиях с проведением разных частей инструктажа могут быть привлечены соответствующие специалисты (из пожарной, медицинской и др. служб).

В журнале регистрации вводного инструктажа по охране труда и в документах о приеме на работу или на контрольном листе делают запись о проведении инструктажа с обязательной подписью того, кто получил инструктаж.

Инструктаж должен проводиться по программе, разработанной службой (инженером) охраны труда и утвержденной руководителем (главным инженером) организации.

Основные вопросы инструктажа:

- общие сведения об организации;
- характерные особенности производства;
- основные положения законодательства об охране труда;
- формы и компетенции;
- правила внутреннего трудового распорядка организации, ответственность за нарушение правил;
- организация работы по охране труда;
- ответственность, государственная надзор и общественный контроль за соблюдением норм охраны труда;
- общие правила поведения работников на территории организации, в производственных и вспомогательных помещениях;
- расположение основных цехов, служб, вспомогательных помещений;
- основные вредные и опасные производственные факторы, характерные для данного производства;
- методы и средства предупреждения несчастных случаев и профессиональных заболеваний; СИЗ, плакаты, знаки безопасности, сигнализация;
- основные требования по предупреждению травматизма;
- основные требования производственной санитарии и личной гигиены; средства индивидуальной защиты; порядок и нормы их выдачи, сроки носки;
- обстоятельства и причины несчастных случаев, аварий, взрывов, пожаров, профессиональных заболеваний или др. производствых из-за нарушения требований безопасности; порядок расследования и оформления несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний; пожарная безопасность;
- способы и средства предотвращения взрывов, взрывов, аварий;
- действия работников в чрезвычайных ситуациях;
- первая помощь пострадавшим.

ИНСТРУКТАЖ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Первичный инструктаж по охране труда проводится на рабочем месте до начала производственной деятельности:

- со всеми вновь принятыми в организации;
- переведенными из других подразделений организации;
- работниками перед выполнением новой для них работы;
- строителями, выполняющими строительные-монтажные работы на территории организации.

Проводит инструктаж непосредственный руководитель работ с каждым работником индивидуально (или с группой лиц, обслуживающих однотипное оборудование и в пределах общего рабочего места). При этом необходим показ безопасных приемов и методов труда.

Лица, на связанные с обслуживанием, испытанием, наладкой и ремонтом оборудования, использованием инструментов, хранением и применением сырья и материалов, первичный инструктаж на рабочем месте не проходит. Перечень профессий и должностей работников, освобожденных от первичного инструктажа, утверждает руководитель организации по согласованию с профессиональным комитетом и службой охраны труда.

Основные вопросы первичного инструктажа:

- общие сведения о технологическом процессе и оборудовании на данном рабочем месте, на производственном участке, в цехе; возникающие вредные и опасные производственные факторы;
- безопасная организация рабочего места;
- порядок подготовки к работе (проверка исправности оборудования, паспортов приборов, блокировок, заземления и др. средств защиты);
- безопасные приемы и методы работы; СИЗ на рабочем месте и правила пользования ими; безопасное передвижение на территории цеха, участка;
- опасные зоны, машины, механизмы, приборы, средства безопасности оборудования (предохранительные, тормозные устройства и ограждения, системы, блокировки и сигнализация, знаки безопасности);
- инструкционные транспортные и грузоподъемные средства и механизмы;
- требования безопасности при грузоподъемно-инструментальных работах и транспортировке грузов;
- требования по предупреждению травматизма;
- характерные причины пожаров, взрывов, пожаров, производственных травм, меры предупреждения аварий, взрывов, пожаров, обязательные действия в аварийных ситуациях;
- места расположения средств пожаротушения, противопожарной защиты и сигнализация, способы их применения.

Вторичный инструктаж по охране труда проводит все работники, за исключением лиц, освобожденных от первичного инструктажа, независимо от их квалификации, стажа работы и образования не реже 1 раза в полугодие по программе первичного инструктажа на рабочем месте в полном объеме.

Приложение В

Оборудование и оснащение



Приложение Г

Требования в обслуживающем персоналу по ГОСТу

3.7 **качество товара:** Совокупность потребительских свойств товара (ГОСТ Р 51303).

3.8 **продажа (реализация) товаров:** Передача покупателю товаров на определенных условиях (ГОСТ Р 51303).

3.9 **покупатель:** Юридическое или физическое лицо, использующее, приобретающее, заказывающее либо имеющее намерение приобрести или заказать товары и услуги (ГОСТ Р 51303).

3.10 **продавец:** Организация или индивидуальный предприниматель, реализующие товары и оказывающие услуги покупателю по договору купли-продажи.

3.11 **обслуживающий персонал:** Работники торгового предприятия, непосредственно участвующие в торговом обслуживании граждан.

3.12 **предприятие розничной торговли:** Торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования (ГОСТ Р 51303).

3.13 **безопасность услуги торговли:** Комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество потребителя (ГОСТ Р 51303).

3.14 **санитарные нормы, правила и гигиенические нормативы (санитарные правила):** Нормативные акты, устанавливающие критерии безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды его обитания и требования к обеспечению благоприятных условий его жизнедеятельности (СанПиН 2.3.5.021) [1].

4 Общие требования

4.1 К обслуживающему персоналу торгового предприятия относятся:

- заведующий отделом (секцией);
- администратор торгового зала;
- товаровед;
- продавец продовольственных товаров;
- продавец непродовольственных товаров;
- продавец мелкорозничной сети;
- кассир торгового зала;
- контролер-кассир;
- экспедитор;
- лифтер пассажирского лифта;
- дежурный у эскалатора;
- приемосдатчик ручной клади.

4.2 К обслуживающему персоналу предъявляют следующие требования:

- обеспечивать безопасность оказываемых услуг торговли и технологических процессов для жизни и здоровья покупателей, сохранность их имущества и охрану окружающей среды;
- иметь профессиональную подготовку и соответствовать квалификационным требованиям, установленным для данной профессии [2], [3], [4], [5];
- знать и соблюдать действующие законы, иные нормативные правовые акты, касающиеся профессиональной деятельности персонала, должностные инструкции, правила внутреннего трудового распорядка, приказы и распоряжения администрации предприятия;
- знать и соблюдать санитарно-гигиенические нормы и правила в соответствии с СанПиН 2.3.5.021 [4];
- при поступлении на работу и в период работы на предприятиях продовольственной торговли персонал обязан проходить предварительные и периодические медицинские осмотры в соответствии с СанПиН 2.3.5.021, [6];
- обеспечивать безопасную совместимость материала упаковки с реализуемым товаром и взаимозаменяемость упаковки;
- соблюдать правила эксплуатации оборудования, охраны труда и техники безопасности и своевременно проходить инструктаж по технике безопасности [7];
- иметь навыки к руководству (для заведующего отделом, секцией и т. п.);
- знать в пределах разговорного минимума иностранный язык международного общения и профессиональную терминологию на иностранном языке (для персонала торговых предприятий, обслуживающих иностранных граждан);

4.3 Функции, права и обязанности обслуживающего персонала должны быть изложены в должностных инструкциях, утвержденных руководителем предприятия.

4.4 Должностные инструкции на обслуживающий персонал разрабатывают с учетом соблюдения требований настоящего стандарта, единого тарифно-квалификационного справочника работ и

Анкета

ФИО

Возраст:

Пол: Ж/М

- 1) Как давно вы посещаете наш ресторан?
 - А) уже месяц
 - Б) 6 месяцев
 - В) год
 - Г) более года
- 2) Как часто Вы посещаете наш ресторан?
 - А) посещаю чаще, чем все остальные
 - Б) посещаю наравне с остальными ресторанами
 - В) посещаю реже, чем остальные
 - Г) посещаю очень редко
- 3) Какие факторы при выборе нашего заведения среди других имеют для Вас наибольшее значение? (до 3-х вариантов)
 - А) Доброжелательность персонала
 - Б) Скорость обслуживания
 - В) Приемлемые цены
 - Г) Ассортимент
 - Д) Качество еды и напитков
 - Е) Приятная обстановка
 - Ж) Наличие скидок и акций
- 3) Популярность в городе
- И) Рекомендации друзей/знакомых
- К) Удобное месторасположение
- 4) Как долго Вы ожидаете официанта, чтобы сделать заказ?
 - А) совсем недолго, меня устраивает
 - Б) больше чем положено ожидать, но ожидание сглаживает аперитив, который мне предлагает официант
 - В) очень долго ожидаю, иногда хочется уйти
- 5) Какие блюда Вы предпочитаете?
 - а) мясные
 - б) рыбные
 - в) десерты
 - г) закуски
- б) Устраивают ли Вас наши цены?
 - а) да
 - б) нет
- 7) Заказывали ли вы пасту с морепродуктами?
 - А) да, съел до последней крошки
 - Б) да, но мне не понравилось
 - В) нет, не заказывал

- 8) Доедаете ли вы блюда нашего ресторана?
А) да, блюда просто превосходны
Б) нет, мне не нравится
- 9) Удовлетворены ли Вы качеством блюд в ресторане (свежесть блюда, вкусовые качества)?
А) Да, удовлетворен (на)
Б) Скорее да, чем нет
В) Скорее нет, чем да
- 10) Удовлетворены ли Вы спецификой оформления блюд в ресторане?
А) Да, удовлетворен
Б) Интересное оформление, но не всегда
В) Нет, не удовлетворен
- 11) Удовлетворены ли Вы поведением и манерой общения официанта во время обслуживания?
А) Да, удовлетворен. Официант очень внимательный, не хамит
Б) В целом, удовлетворен. Официант иногда невнимательный
В) Не удовлетворен. Официант невнимателен и хамит
- 12) Стали бы Вы рекомендовать наше заведение среди друзей/знакомых?
А) Определенно да
Б) Возможно
В) Определенно нет
- 13) Ваши пожелания по улучшению работы ресторана?
Спасибо, что приняли участие в нашем опросе!

Результаты опроса

Результаты опроса

Анкетирование проводилось в период с 27 февраля по 28 февраля 2023 года

Цель анкетирования: выявления запросов потребителей ресторана «Сафар».

Количество опрошенных: 177 человек.

В анкетировании приняло участие 177 человек, что составило 65% от числа респондентов. Такой процент указывает на то, что гости ресторана «Сафар» готовы к взаимодействию и сотрудничеству с данным предприятием.

Гостям было предложено ответить на 13 вопросов.

Результаты анкетирования:

Анализ результатов опроса позволил выделить три потенциально привлекательные группы:

- проживающие в гостинице 67%;
- постоянные гости 18 %;
- бизнес-клиенты 14 %;
- прочие 1%.

С помощью опроса я также выявила, что 75% гостей ресторана «Сафар» нравится данный ресторан и его блюда, 22% нравится ресторан, но они бы внесли некоторые изменения, а 3% не нравится данный ресторан и они не хотят больше посещать его. Как мы можем заметить, гостей, которым нравится ресторан «Сафар» больше, поэтому ресторану не стоит особо переживать. Но стоит учесть желания гостей, которые хотели бы что то изменить в данном ресторане. Таким образом, удовлетворив требования гостей, ресторан «Сафар» потенциально имеет возможность в будущем видеть данных гостей в категории «постоянные посетители».

Приложение Ж

Меню и карта бара ресторана «Сафар»

САЛАТЫ

- САЛАТ «ГРЕЧЕСКИЙ» 250 280 ₺**
Лёгкий салат из свежих овощей с сыром Фета и греческими маслинами.
- САЛАТ «ЦЕЗАРЬ С КУРИЦЕЙ» 230 300 ₺**
Классический салат с обжаренной куриной грудкой, листом салата и знаменитым соусом «Цезарь».
- САЛАТ «ЦЕЗАРЬ С КРЕВЕТКАМИ» 220 500 ₺**
Салат с тигровыми креветками, помидорами Черри, сыром Пармезан, листом салата и соусом «Цезарь».
- САЛАТ «ПИКАНТНЫЙ» 200 400 ₺**
Салат из нежной говяжьей вырезки и бекона с листом салата, огурцом и помидорами Черри, под пряной заправкой.
- САЛАТ «ОЛИВЬЕ ЛЮСЬЕН С ЛОСОСЕМ» 190 400 ₺**
Традиционный салат с семгой, тигровыми креветками, картофелем, морковью и перепелиными яйцами под соусом Провансаль.
- САЛАТ «КУПЕЧЕСКИЙ» 200 250 ₺**
Салат из говядины, куриного филе, домашней буженины и овощей с горошком под соусом Провансаль.
- САЛАТ «ЗАПЕЧЁННАЯ ГРУДКА С ОПЯТАМИ И КОРНИШОНАМИ» 200 250 ₺**
Салат из запеченого куриного филе с маринованными опятами, фасолью и корнишонами.
- ВИНЕГРЕТ С СЕЛЬДЬЮ 1/160 200 ₺**
Классический салат с атлантической сельдью.



АМАК
САФАР-ОТЕЛЬ КАЗ

КАРТА БАРА

ЛИКЁРЫ/LIQUEUR'S (40 ml)

Бэйлис/Baileys	270 ₺
Ягермайстер/Jagermeister	300 ₺

НАСТОЙКИ/BITTER'S (40 ml)

Ксента Абсент/Absent Xenta	420 ₺
----------------------------------	-------

ВОДКА/VODKA (40 ml)

Пять Озер	90 ₺
Хаски	110 ₺
Татарстан	100 ₺
Ханская	110 ₺
Белая Берёзка	130 ₺
Белая Берёзка Морозная Клюква	130 ₺
Белая Берёзка Серебро	150 ₺
Белая Берёзка Золото	150 ₺
Абсолют/Absolut	190 ₺

ИГРИСТОЕ ВИНО/SPARKLING WINE (750 ml)

Санто стефано, бел п/сл (Santo Stefano) Россия	800 ₺
Ламбуско, белое п/сл (Lambrusco) Италия	1200 ₺
Шато Тамань, роз. брют (Chateau Tamagne) Россия	1400 ₺
Шато Тамань, бел. п/сух (Chateau Tamagne) Россия	1400 ₺

ВИНО ПО БАКАЛАМ/GLASS OF WINE (150 ml)

В ассортименте	250 ₺
----------------------	-------

КРАСНОЕ СУХОЕ ВИНО/RED DRY WINE (750 ml)

Иль Сотилло (El Sotillo) Испания	850 ₺
Кьянти Тавернелло, (Chianti Tavernello) Италия	1500 ₺
Саперави (Saperavi) Грузия	1300 ₺
Шато Тамань Дуо, (Chateau Tamagne DUO) Россия	1000 ₺

Внутренняя и внешняя реклама ресторана «Сафар»



Обслуживание гостя в ресторане «Сафар»



Сервировка стола



Презент от шеф повара



Мастер класс от шеф - повара

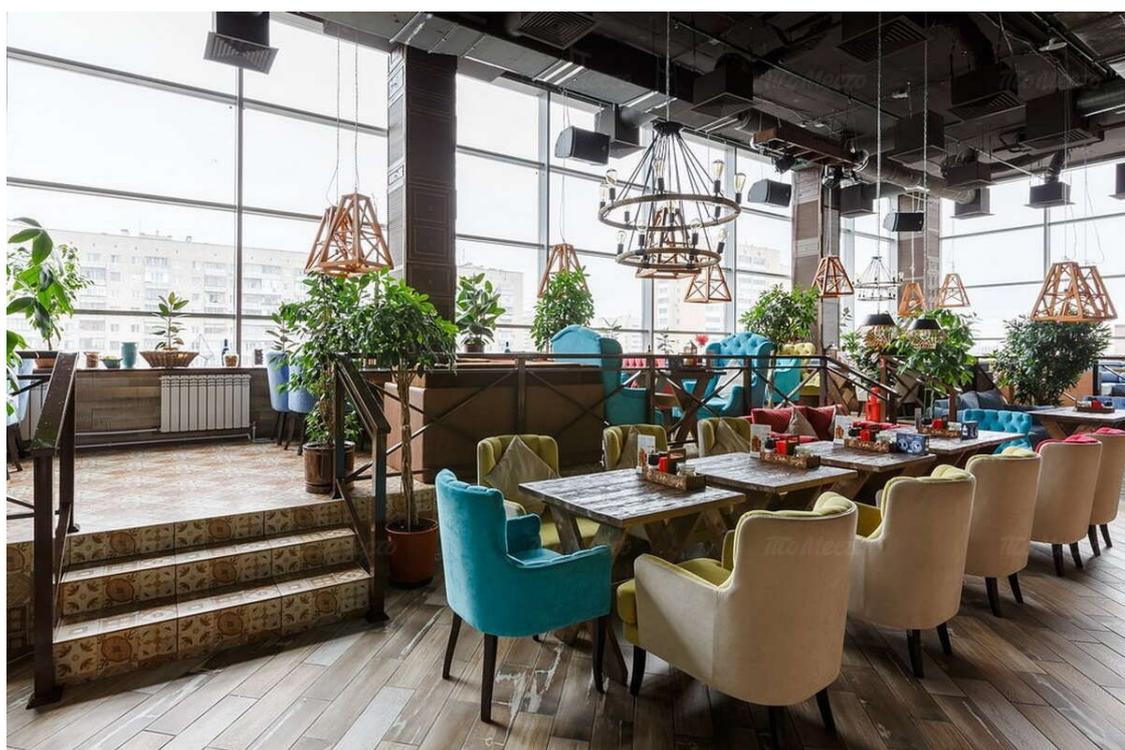


Конкуренты ресторана «Сафар»

«4 Кухни»



«Van Gogh»



Официальные сайты конкурентов

