

Лекция 1

Тема 1. История развития предприятий общественного питания

Древний период (IV тысячелетие до н.э. - 476 г. н.э.)

К этому периоду общественного развития большинство историков относят появление первых гостевых предприятий – прообразов современных гостиниц и ресторанов. Упоминание о подобных предприятиях - тавернах содержится в древних манускриптах, одним из которых является кодекс царя Вавилонии Хаммурапи, написанный примерно в 1700 году до н.э.

В Древней Греции в I тысячелетии до н.э. таверны являлись важным элементом социальной и религиозной жизни. Хотя в тавернах имелись помещения для размещения путешественников, в большей степени они предназначались для предоставления услуг питания. Развитие же торговли и связанные с ней длительные разъезды требовали организации не только питания, но и ночлега. Это обстоятельство и предопределило появление другого типа предприятий – постоянных дворов.

Наиболее разветвленная сеть постоянных дворов была создана на территории Римской империи. Древнеримские постоянные дворы располагались вдоль главных дорог в городах и деревнях на расстоянии один от другого примерно в 25 миль (40,225 км).

Строгая классовая структура, лежавшая в основе Римского государства, оказала влияние на деятельность предприятий гостеприимства того времени. В частности, расселение путешествующих здесь проводилось по классовому признаку. Купцы, торговцы и другие путешествующие из простого народа не могли быть поселены рядом с государственными служащими и правительственными гонцами. Это обстоятельство повлияло на качественное состояние постоянных дворов. Те, в которых останавливались представители аристократии и государственные чиновники, строились по всем правилам архитектурного искусства и предлагали по тем временам широкий спектр услуг. Впоследствии Марко Поло говорил, что на таких постоянных дворах и «королю остановиться не зазорно».

Таверны и постоянные дворы, предназначенные для обслуживания граждан низших сословий, предлагали минимальные условия для ночлега и отдыха. Например, очень часто путешествующие спали просто на соломе, а чтобы не замерзнуть в холодное время года, прижимались к теплоте бока своей лошади. О каком-то дополнительном комфорте не было и речи.

Огромную роль в появлении предприятий гостеприимства сыграло развитие торговых связей на Ближнем Востоке, в Азии и Закавказье. По территории этих регионов проходили крупнейшие торговые пути, по которым длинными потоками двигались караваны с товаром. Для организации ночлега участников караванов вдоль торговых путей создавались специальные пункты размещения - караван-сарай, включающие, как правило, помещения для людей и загоны для верблюдов и лошадей. Все это было окружено крепостной стеной, защищающей от природных стихий (ветра, дождя, бури), а также от грабителей и разбойников.

После падения Римской империи в 476 году н.э. начался новый этап в развитии предприятий гостеприимства.

Средневековье (V - XV вв. н.э.)

В XV столетии в Англии появляются таверны для простонародья, называемые ординарными, где за общим столом подавались дежурные блюда по фиксированной цене. Обычно главное блюдо представляло основательно переваренное острое рагу из мяса и овощей. Кулинарные качества были ограничены присутствием в котле тех или иных ингредиентов, попадающих туда лишь по причине их дешевизны. Очень немногие из едоков имели здоровые зубы, а у большинства их и вовсе не было, так что для того, чтобы считаться съедобной, пища должна была легко пережевываться. Свежее мясо было редкостью, а тухлое – скорее нормой, чем исключением. Специи помогали не только сохранить мясо, но и скрыть неприятный запах.

В сельской местности один постоялый двор обслуживал всех приезжих, хотя состоятельные люди, путешествовавшие в собственном экипаже или верхом, туда заходили редко, а бедняков, которые путешествовали пешком, туда старались не пускать вообще. В любом случае четкие социальные различия в обхождении с каждым постояльцем строго соблюдались. Состоятельные люди обслуживались в столовой или у себя в комнате. Бедняки обычно ели вместе с хозяином постоялого двора и его семьей на кухне. Им подавали простую пищу без права выбора, но за минимальную цену. Французы называли такое обслуживание *table d'hote* (табль д'от), т.е. «хозяйский стол». Состоятельные гости могли заказывать для себя специальные блюда из имеющихся у хозяина продуктов — *a la carte* (а ля карт), — и заходить на кухню проследить, чтобы все приготовили как надо. Стараясь угодить гостю, хозяин обычно предлагал какое-нибудь местное блюдо, которым славилась местность. Цены на блюда также были разными, прежде всего в зависимости от региона, где находился постоялый двор.

Пионерами в кулинарном ремесле и первыми людьми в Европе, которые получали удовольствия от вкусной и сытной пищи были итальянцы. Раннеитальянская буржуазия, занимавшаяся торговлей и ремеслами на юге Италии, первой начала способствовать становлению европейского поваренного искусства.

Примерно во второй половине XIV века центр кулинарного искусства в Европе переместился из Италии во Францию, в Париж на королевскую кухню. Искусство готовить вкусную еду во Франции получило мощную государственную поддержку. Французские короли проявили себя активнейшими ревнителями хорошей кухни, для развития которой они не жалели государственных средств.

В 1375 году во Франции главным поваром короля Карла V Гийомом Тирелем в единственном экземпляре была написана первая поваренная книга. Это был важный этап в развитии кулинарного искусства и знаний, который означал, что национальная кухня достигла такого уровня и объема, что возникла необходимость ее кодифицировать (свести в специальные кодексы), сформулировать основные принципы, по которым можно учиться, дальше

развивать ремесло, сравнивать новые изобретения со старыми, критиковать устаревшие.

В Италии (в Ватикане) первая поваренная книга появилась спустя почти 100 лет, в 1470 году. Она была написана неизвестными монахами на латыни под названием «Добродетельные удовольствия».

В 1571 году во Франции было разработано первое меню, представляющее собой перечень блюд, приготовленных для праздника при дворе Карла IX. Поскольку это было эпизодическое явление, названия «меню» перечень в то время не получил. Постоянные меню стали разрабатываться лишь сто лет спустя, в начале 60-х годов XVII века при дворе Людовика XIV в виде «записок» с заказами обедов на дворцовой кухне. Внешне они представляли собой карточки на плотной бумаге со списком блюд, подаваемых для короля, в единственном экземпляре. Например, были такие меню: «*menu non pour la table*» — «маленькая записка по приготовлению обеда», подаваемая как приказание для поваров; «*la carte de menu plaisir*» — № список утонченных удовольствий», который предназначался для короля перед обедом.

На пирах в замках короля и знати обслуживались сотни гостей. Обслуживание на этих пирах можно назвать дискриминационным, поскольку гостям разного ранга подавались разные блюда.

Санитарные условия кухонных помещений были ужасающими: продукты загромождали полки и часто падали на пол, собаки и дети играли среди валяющихся на полу продуктов, десятки помощников суетились у плиты, мешая друг другу. Сами повара имели смутное представление о гигиене, в результате чего всевозможные инфекционные болезни свободно передавались от одного человека к другому, не делая различий между бедными и богатыми.

Порой к трапезе готовились десятки блюд, которые тщательно сервировались, но поедались безо всяких церемоний. Вилки в те времена были неизвестны, но в широкий обиход они вошли только через двести лет. Вместо вилок использовались пальцы, которыми шарили в жирном соусе, вылавливая оттуда куски мяса. У ножа было две функции: им резали и с него ели. Пищу также ели с деревянных дощечек или с больших, ровно нарезанных ломтей черствого хлеба четырехдневной выпечки.

Хотя средневековые специалисты по части гостеприимства и ничего не знали о микробах и гигиене, о вилках и чашках для ополаскивания пальцев, они пользовались собственными правилами для званых ужинов, большинство из которых не кажутся полностью устаревшими и по сей день:

1. Пищу следует подавать в должное время: не слишком рано, но и не слишком поздно.
2. Пищу следует подавать в должном месте: просторном, приятном и безопасном.
3. Тот, кто дает пир, должен делать это от души и в веселии сердца.
4. Подаваемая пища должна быть разнообразной, чтобы каждый, кому не понравится что-то, мог отведать чего-то другого.

5. На столе должны быть разнообразные вина и напитки.
6. Слуги должны быть вежливыми и честными.
7. Гости должны испытывать друг к другу только приятельские и добросердечные чувства.
8. Песни и инструментальная музыка должны создавать атмосферу веселья.
9. Должно быть много света.
10. Должна быть полная гарантия того, что все, подаваемое на стол, отличается изысканным вкусом.
11. Гости должны есть степенно и без излишней поспешности.
12. Можно лишь покорно просить гостей отведать того или иного блюда, но ни в коей мере нельзя понуждать их есть во вред своему здоровью.
13. Каждый из гостей после ужина должен отдохнуть.

Таким образом, мы видим, что развитие гостеприимства в средние века прошло большой путь: появились первые постоянные дворы и трактиры, где можно было остановиться на ночь и отведать местные блюда, также, в это время составляют первое меню, появляются первые правила гостеприимства.

Новое время (XVI в. - начало XX в.)

К XVI веку относится открытие первых кофеен, ставших центрами культурной и литературной жизни того времени. Их появлению способствовало распространение в Западной Европе таких экзотических напитков, как кофе и чай. Первые европейские кофейни были открыты в 1652 году в Лондоне и в 1683 году в Вене. В частности, в Вене впервые был предложен кофе, подслащенный медом и разбавленный молоком. К концу XVII века кофейни на Европейском континенте стали довольно распространенным явлением. В крупных городах их количество достигало нескольких десятков.

К рассматриваемому периоду времени относится открытие в 1553 году в Париже первого ресторана «Тур д'Аржан», который на протяжении двух последующих столетий оставался совершенно уникальным заведением, потому что его единственная функция состояла только в предоставлении питания. Сам же термин «ресторан» был употреблен значительно позже, во второй половине XVIII века. Словом «restorantes» (во французском языке означающем «укрепляющий, восстанавливающий») назывался суп, являющийся главным блюдом круглосуточной парижской таверны господина Буланже, которого сегодня во всем мире называют «отцом современного ресторана». Он известен тем, что в 1767 году, выиграв в Верховном суде дело против гильдии поставщиков провизии, владеющей монополией на мясные блюда, Буланже впервые предложил клиентам широкий ассортимент прекрасно приготовленных блюд. Наибольшую популярность получил суп из баранины в винном соусе и картофель по Буланже (нарезанный в горшочке, приготовленный в печи с крепким бульоном).

Во время Великой французской революции 1789-1799 годов в связи с эмиграцией французских шеф-поваров в другие государства, где все они занялись ресторанным бизнесом, идея ресторана получила широкое

распространение во всем мире.

К 1800 году англичане начали перенимать у своих соседей концепцию ресторана. Английский ресторан был величественным учреждением - миром высокой кухни, высокого декора, высокого сервиса.

К середине XIX века относится начало использования меню – «а la carte» (а ля карт). Клиент получает право выбирать по вкусу любое блюдо из предложенного ему списка.

В 1898 году в Лондоне открылся отель «Савой». Управляющим его был известный Цезарь Ритц (в настоящее время отели Ритц-Карлтон носят его имя), а шеф-поваром - Жорж Агюст Эскофье. Эти люди совершили настоящую революцию в организации ресторанов при гостиницах. Эскофье был одним из величайших кулинаров своего времени. Известность ему принесли изданный справочник по кулинарии, а также внедренный им бригадный подряд на кухне.

На рубеже XIX-XX веков индустрия гостеприимства превращается в важную отрасль. Появляются новые типы ресторанных заведений, а также другие сетевые структуры высшего класса. Ресторанные объединения, синдикаты, акционерные общества, корпорации начинают заниматься подготовкой кадров, вопросами ценообразования.

Также разрабатываются новые тенденции развития ресторанного бизнеса:

1. Углубление специализации ресторанного предложения.
2. Образование международных ресторанных цепей.
3. Внедрение в индустрию гостеприимства компьютерных технологий.
4. Развитие сети малых предприятий.

Современное состояние и перспективы развития ресторанного рынка

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

Основными тенденциями развития ресторанного бизнеса являются:

- создание ресторанами благоприятного имиджа для своих заведений;
- своевременные расчеты с поставщиками, от которых зависит лимит кредита и отношение самих поставщиков к данному ресторану;
- формирование положительного мнения о ресторане среди постоянных потребителей.

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

Месторасположение – важнейший элемент ресторанного дела, не уделив внимания которому, не стоит рассчитывать на успех. Правильный выбор месторасположения позволяет определить, каким быть ресторану:

демократичным или элитным. На большой площади обычно располагают демократичный ресторан. Залы могут размещаться на двух этажах. На маленькой площади размещают элитный ресторан с тем, чтобы обеспечить его окупаемость. Наличие парковки рядом с ним является обязательным условием. Выбору месторасположения предшествует демографический анализ района, в котором ресторан будет расположен. Изучается возраст, род занятий, средний уровень дохода людей, регулярно бывающих поблизости и являющихся будущими потенциальными потребителями нового ресторана. Должны быть тщательно изучены транспортные потоки. В местах, где велик поток пешеходов, располагают демократичные рестораны, например, трактиры и предприятия быстрого обслуживания

Сегодня ресторанный бизнес требует профессионализма. Повысились требования к производственному и обслуживающему персоналу ресторанов, уровень квалификации которого должен соответствовать требованиям стандартов. Ресторанный бизнес структурируется: появились работающие только на ресторанном рынке дизайнеры, поставщики оборудования, продуктов питания и напитков. С другой стороны, ужесточился контроль со стороны государственных органов (санэпиднадзора, госторгинспекции, пожарных и налоговых органов). Усилилась конкуренция среди ресторанов появились новые критерии оценки качества кулинарной продукции. Усиливается необходимость постоянно расширять знания о винах, подкрепляя их новой информацией, которую хочет знать потребитель.

С появлением новых технологий приготовления блюд получают дальнейшее развитие современные формы обслуживания (бизнес-ланчи, воскресные бранчи и др.).

Американские гостиницы колониального периода были расположены в основном в портовых городах и были построены по европейскому образцу. Но более демократичные взгляды американских «хотельеров» на классовую принадлежность постояльцев позволяют им оказывать услуги любому, кто способен за них заплатить, в отличие от европейских гостиниц.

Таверны в Америке всегда оставались центрами общественной жизни, местами политических собраний; одна из первых таверн была открыта в Бостоне в начале XVII в. Одной из наиболее известных была открытая в 1642 г. в Нью-Йорке (тогда он назывался Новый Амстердам) голландской компанией Dutch East India таверна Stadt Huys.

Первой американской гостиницей, для которой специально было построено здание, стала открывшаяся в 1794 г. на Бродвее в Нью-Йорке City-Hotel. Гостиница стала центром общественной жизни города и по тем временам считалась «громadным заведением» (в ней было 73 номера) [33]. Подобные заведения в это же время появляются и в других американских городах.

Первый первоклассный отель Нового Света — Tremont House — был построен в Бостоне в 1829 г., его называют «праотцом современной гостиничной индустрии». Этот отель славился своей архитектурой, богатством и роскошью отделки, а также множеством новинок, вроде

переговорного устройства, отдельных одно- и двухместных номеров и даже бесплатного мыла. Считается, что с появлением этой гостиницы, самой лучшей на тот момент не только в Америке, но и в Европе, американский гостиничный менеджмент занял лидирующие позиции в мире.

Принято считать, что ресторанное дело в США имеет французские корни. В результате революции многие из французских шеф-поваров пересекли океан и оказались в Америке, главным образом в Новом Орлеане – единственном истинно французском городе Нового Света. На новом месте почти все они занялись ресторанным бизнесом. К середине XIX в. каждый первоклассный отель имел в своем штате повара-француза. Первый ресторан «Delmonico» в Америке был открыт в Нью-Йорке в 1831 г., он предлагал изысканную кухню и безупречное обслуживание (здесь впервые было введено меню на двух языках). В ресторанах доминировала швейцарско-французская кухня, которая долгое время задавала тон американским кулинарам. Меню также традиционно печаталось на французском языке, что создавало англоязычным посетителям трудность в чтении. Благодаря Джону Дельмонико, одному из владельцев ресторанов «Дельмонико», впервые было введено двуязычное меню, в котором названия блюд на французском и английском языках размещались друг против друга. Эта традиция привилась и с годами получила широкое распространение в мире.

Начало и середина XIX в. были «золотым веком» для американской гостиничной индустрии. В крупных городах начинают появляться гостиницы, не только не уступающие европейским отелям по размерам и уровню комфорта, но порой и превосходящие их. Например, «Palace Hotel», построенный в Сан-Франциско, занимал площадь в 2,5 акра, в нем было 800 номеров, а структура управления, оснащенность и комфорт были поистине уникальными. К концу XIX в. происходит расслоение гостиничного продукта: с одной стороны, это первоклассные гостиницы, а с другой — маленькие отели в небольших городах, в которых останавливались только в случае крайней необходимости. Такая ситуация вряд ли устраивала основную массу путешественников, которые предпочли бы останавливаться в гостиницах со стандартным обслуживанием и невысокими ценами. Запросы увеличивающегося количества туристов среднего класса заставили владельцев гостиниц задуматься о появлении нового типа средства размещения: комфортного и доступного по цене. Открытие в 1908 г. отеля Statler в Буффало стало началом истории «современных» гостиниц, где за умеренную плату предлагалось качественное обслуживание и комфортное размещение. Statler, благодаря своим нововведениям (среди которых — централизованное холодное водоснабжение, ванная комната в каждом номере, свет при входе в номер, униформа для персонала и др.), долгие годы оставался образцом для подражания.

Для американской гостиничной индустрии 20-е гг. XX в. стали периодом массового строительства гостиниц, в том числе и тех, которые известны и функционируют до сих пор (Penta и Waldorf-Astoria в Нью-Йорке, Hilton&Towers в Чикаго).

В это же время на дорогах Америки начали появляться рестораны быстрого обслуживания и заведения, в которых проезжающие обслуживались не выходя из машины. Эти заведения получили название «драйв-ин» (drive in — «заезжай во двор»), автомобилисты назвали этот способ обслуживания «вскакиванием на подножку» (car hopping): чтобы принять заказ, официант вскакивал на подножку автомобиля. Драйв-ины стали неотъемлемым атрибутом американского образа жизни.

Экономическая обстановка в стране в годы Великой депрессии не могла не отразиться на гостиничной и ресторанной индустриях: падение спроса привело к тому, что 85% всех гостиниц оказались на грани банкротства. Многим предприятиям питания пришлось адаптироваться к новым условиям: так, рестораны Delmonico начали предоставлять готовые завтраки и обеды на Уолл-стрит, ужины для вечерних и праздничных мероприятий.

Несмотря на рост спроса на гостиничные услуги во время Второй мировой войны и после ее окончания, вызванный многочисленными передвижениями населения, уровень развития гостиничной индустрии 1920-х гг. не был достигнут вплоть до 1950-х гг., когда начался период нового строительства. Это связано, прежде всего, с массовым распространением автомобиля как основного средства транспорта и появлением новой концепции организации гостиничного бизнеса. Речь идет о появлении мотелей и мотор-отелей (большие мотели), располагающихся преимущественно на дорогах за городом и ориентированных на туристов, путешествующих на своих автомобилях. Первоначально эти небольшие средства размещения (до 50 номеров), помимо парковки, предлагали ограниченное количество услуг (размещение, реже с питанием), но к 1960-м гг. их средний размер уже достигал 100 номеров, а перечень услуг значительно расширился.

Не менее значимым событием для американской гостиничной и ресторанной индустрий стало широкое распространение цепей и практики заключения франчайзинговых договоров. Среди первых американских гостиничных цепей были «Hilton, Sheraton», скупавшие существующие гостиницы, и «Statler», в основном строившая собственные гостиницы.

Несомненно, гостиничное хозяйство США развивалось более динамично, чем европейское. И если к 1950-м гг. основные характеристики моделей развития гостиничной индустрии не отличались, то дальнейшие пути развития гостиничного и ресторанного менеджмента позволили американской индустрии гостеприимства занять лидирующее положение в мире, в основном за счет стандартизации предложения, обусловившего распространение гостиничных цепей и ресторанных сетей.

Рекомендуемая литература:

1. Горенбургов, М. А. Экономика ресторанного бизнеса : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению

«Гостин. дело» (квалификация «бакалавр») / М. А. Горенбургов ; Балт. акад. туризма и предпринимательства. – М. : Академия, 2012. – 234 с.

2. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

3. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб.-практ. пособие / Н. И. Кабушкин ; Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск : [БГЭУ], 2007. – 411 с.

4. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.

5. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.