

Тема 5. Пути открытия заведения и особенности помещений для объектов HoReCa

Вопросы темы:

1. Пути открытия заведения.
2. Поиск и подбор помещения.
3. Особенности заключения договора аренды.

Цели и задачи:

Цели и задачи изучения данной темы – получение теоретических и практических знаний о выборе путей открытия предприятия общественного питания, особенностях подбора помещения и заключении договора аренды. В ходе изучения темы Вы получите знания по франчайзингу и выбору пути оптимального открытия заведения. Мы сформулируем основные моменты, которые важны для подбора помещения общепита в соответствии со СНиП, и составим список критериев подбора помещения для общепита; рассмотрим основные аспекты заключения договора аренды и особенности заключения сделки.

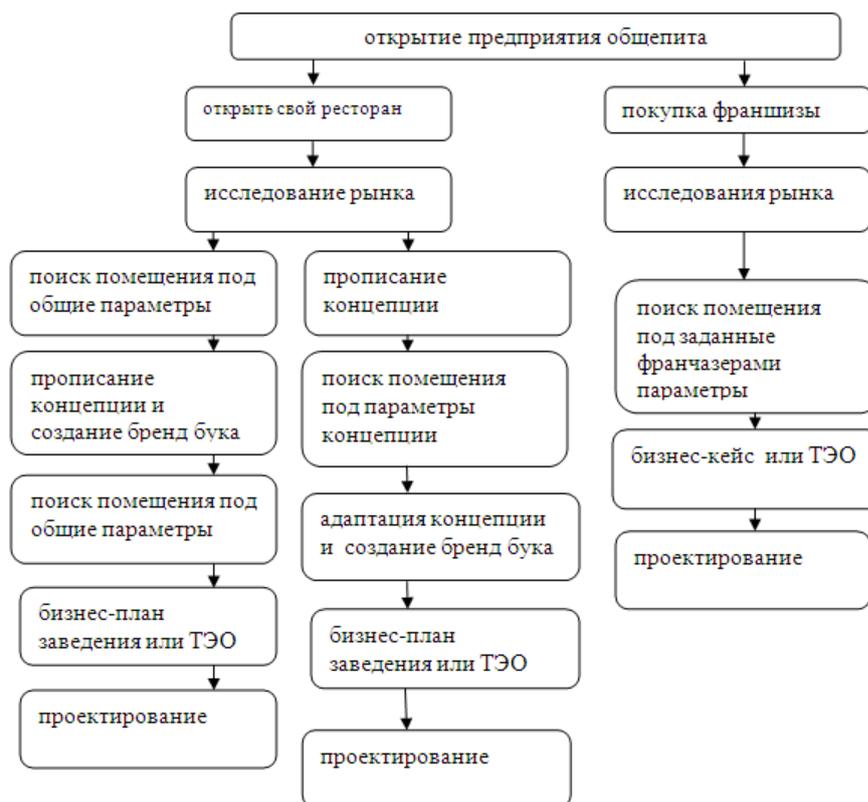
Теоретический материал по теме

1. Пути открытия заведения.

Существуют два пути открытия заведений:

1. Открытие заведения по франчайзингу.
2. Открытие собственного заведения.

На схеме ниже представлены пути открытия предприятий общепита.



Давайте рассмотрим действия для открытия предприятия общественного питания.

1. Открытие заведения по франчайзингу.

Франчайзинг – вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (**франчайзер**) передает другой стороне (**франчайзи**) за плату роялти право на определенный вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки или бренды франчайзера.

Пример известных сетей общественного питания, открытых по франчайзингу:

- KFC.
- Burger King.

2. **Открытие собственного предприятия общепита** предполагает несколько вариантов развития событий:

Вариант «А». После маркетинговых исследований происходит подбор помещения и заключение договора аренды. Параллельно с договором аренды происходит создание подробной концепции заведения, создание и регистрация бренда, утверждение всей политики бренда.

После этого следует создание бизнес-плана, или технико-экономическое обоснование проекта, и принимается окончательное решение об открытии ресторана. После бизнес-планирования начинается проектирование будущего объекта.

Вариант «В»: После маркетинговых исследований в районе предполагаемого открытия создается подробная концепция, уникальная для данного района или рынка. Подбирается помещение, которое соответствует выработанной концепции. Заключается договор аренды и концепция адаптируется под выбранное помещение. (Например: в концепции прописано, что часть меню горячих мясных блюд будет готовиться на газу, что существенно уменьшит расход электроэнергии и обеспечит «натуральность» приготовления на открытом огне. Но, к сожалению, мы подобрали помещение в жилом доме и согласовать газовый гриль будет затруднительно). Бренд регистрируется, прописывается и утверждается вся политика бренда. После этого создается бизнес-план, или технико-экономическое обоснование проекта. После бизнес-планирования можно приступать к проектированию предприятия общественного питания.

Все пути открытия заведения имеют как плюсы, так и минусы. Например, покупку франшизы предпочитают сетевики, а вариант разработки концепции с последующим открытием заведения выбирают те, кто собирается создавать новую концепцию, тиражировать ее и продавать франшизу. Один из минусов варианта с покупкой франшизы – это затрата времени, которое нужно потратить для того, чтобы подобрать помещение по заданным критериям. В практическом задании Вам предстоит проанализировать плюсы и минусы открытия заведения общественного питания по франчайзингу.

2. Поиск и подбор помещения

Выбор помещения представляет собой очень важный этап, т.к. от юридических и санитарно-эпидемиологических, пожарных и прочих особенностей помещения напрямую зависит возможность осуществления в нем деятельности предприятия общественного питания.

Требования к помещению содержатся в Московских городских строительных нормах для общепита, поэтому очень важно изучить этот закон перед выбором помещения и полагаться на него при принятии решения об аренде или покупке данного заведения.

Итак, при подборе помещения важно учитывать следующие факторы:

- *Расположение здания* (красная линия или просто первая линия домов, в пределах третьего транспортного кольца или другое, близость к метро или к торговым/офисным центрам, на пересечении активных транспортных или пешеходных потоков, обзор здания, витринные окна или их отсутствие, наличие парковки и места для размещения летней площадки и т.п.). Помещение должно быть строго в первой линии домов. Рядом должны проходить активные автомобильные и пешеходные потоки, места естественного скопления людей: торговые и развлекательные центры, парки отдыха, а также важно соседство с крупными офисными центрами, банками, элитными жилыми высотками.

- *Тип помещения* (жилое/нежилое здание, офисный или торговый центр, помещение свободного назначения (ПСН) или помещение с назначением «общепит», действующее/недействующее предприятие общепита). От типа помещения зависит, насколько просто будет получить разрешение на перепрофилирование этого помещения. Этот аспект особенно актуален для старой части города, поскольку именно там строения зачастую требуют серьезного ремонта, реконструкции и приведения помещения в соответствие с техническими требованиями, а реконструкцию нужно производить, не нанося урона зданию, что значительно увеличивает стоимость строительных работ.

- *Этажность* (первый этаж или несколько этажей, подвал или цоколь). Помещение должно располагаться на первом этаже: как показывает опыт, ресторан, расположенный на втором этаже даже в первой линии домов, обычно разоряется. Конечно, есть исключения и из этого правила: если мы открываем столовую в бизнес-центре, то подходит и второй этаж этого здания.

- *Состояние/ремонт* (требует капитального ремонта или сделан ремонт под чистовую отделку, наличие отопления, канализации, холодной/горячей воды, приточно-вытяжной системы вентиляции, системы кондиционирования, возможность перепланировки, количество входов, высота потолков, наличие выделенных телефонных линий и т.д.). Вентиляция, водоснабжение, электроснабжение, канализация – это ключевые моменты в работе ресторана. В центре Москвы есть дома без горячего водоснабжения, с нестандартным напряжением в сети, с серьезными и регулярными перебоями в электро- и водоснабжении.

- *Площадь помещения* планируется в соответствии с Московскими городскими строительными нормами (МГСН). Примером может служить предприятие общественного питания, работающее на полуфабрикатах высокой степени готовности, – кафе на 50 посадочных мест.

Определение площади зала: 50 (мест) * 1.6 кв. м (норма площади на одно место).

Определение площади кухни: 50 (мест) * 3.1 кв. м (норма площади на одно место вместе с кухней) – площадь зала.

Определение площади кафе: 50 (мест) * 4.2 кв. м (норма общей площади в кафе до 100 мест на одно посадочное место).

- *Выделенная мощность*. Нужно учитывать реально существующую выделенную мощность, а также возможность и стоимость ее увеличения или покупки дополнительных мощностей.

- *Цена аренды или покупки*. В цену входит ставка аренды за кв. м в год, скидки и арендные каникулы, комиссия посреднику или стоимость кв. м при покупке помещения. Арендная плата включает в себя собственно арендную ставку, коммунальные платежи, налоги и эксплуатационные расходы (уборка помещения, охрана и пр.). Часто собственник заранее объявляет лишь арендную ставку, а остальные составляющие предприниматель будет платить сверх этого самостоятельно. Кроме того,

арендодатели предпочитают заключать краткосрочные контракты, а для будущего ресторатора это большой риск. Ведь при краткосрочном договоре (субаренда на 11 месяцев), предприятие может не окупиться.

· *Юридические условия* (прямая аренда от собственника / субаренда, срок заключения договора, регистрация договора).

Принимая во внимание все вышеперечисленные факторы и требования МГСН, получаем следующие минимально необходимые требования:

- Пересечение людских потоков.
- 2 входа.
- Высота потолков не менее 3 метров.
- Мощность от 50 КВт.
- Квадратура.
- Цена аренды.
- Срок аренды.

3. Особенности заключения договора аренды

В данном разделе мы рассмотрим следующие вопросы: порядок действий до заключения и во время заключения договора аренды; какие документы необходимы до заключения договора аренды; какова процедура заключения договора аренды; какой должна быть общая, юридически грамотная схема заключения договора аренды, которая поможет достичь действительного, а не мнимого согласия сторон.

Порядок действий до заключения и во время заключения договора аренды.

1. Нужно выбрать форму предпринимательской деятельности. Как правило, это ООО или ИП.

ООО – общество с ограниченной ответственностью. Это юридическое лицо, которое может быть образовано даже одним учредителем. Учредителями могут быть как физические лица, так и юридические.

ИП – индивидуальный предприниматель. Это физическое лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

2. Регистрация, открытие счета.

3. Подбор помещения и переговоры с арендодателями.

4. Обмен сторон уставными и правоустанавливающими документами:

а) От собственника (арендодателя) необходимо запросить:

- свидетельство о праве собственности на объект;
- правоустанавливающие документы на объект;
- выписку (на текущую дату) из Единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним (ЕГРП).

- б) Арендодатель и арендатор предоставляют друг другу:
- копии учредительных документов юридического лица;
 - документы, подтверждающие полномочия лиц, ведущих переговоры и подписывающих договор аренды.

5. Анализ предоставленных документов. На этом этапе необходимо установить:

- полномочия сторон и их представителей на заключение договора аренды;
- наличие у арендодателя зарегистрированных в установленном порядке прав на сдачу объекта в аренду;
- соответствие данных, содержащихся в ЕГРП, реальному техническому состоянию объекта;
- имеются ли незаконные перепланировки и другие изменения объекта, не зафиксированные в документах бюро технической инвентаризации (БТИ);
- существуют ли обременения (залог, арест и т.д.), установленные на объект, можно ли их снять до заключения договора аренды;
- возможно ли получить по предоставленным документам согласование на общепит.

6. Согласование условий аренды:

- определение объекта аренды;
- установление срока аренды;
- предоставление арендных каникул.

Под арендными каникулами понимается время, затрачиваемое арендаторами на проведение необходимых отделочных работ, в ходе которого плата за аренду помещений не взимается. Срок арендных каникул варьируется от 1 до 3 месяцев;

- определение арендной платы;
- порядок и периодичность изменения арендной платы;
- определение даты внесения арендных платежей;
- обязанности сторон по проведению капитального и текущего ремонта;
- условие о вывеске наружной рекламы;
- порядок принятия претензий и ответа на условия досрочного расторжения договора.

7. Заключение договора аренды.

8. Передача объекта:

- составление двухстороннего Акта приема-передачи.

9. Подача документов на регистрацию:

- заявление о регистрации;
- учредительные документы лица, которое подает заявление;
- документы, которые подтверждают полномочия директора (генерального директора) юридического лица;
- два экземпляра договора аренды;
- квитанция об оплате госпошлины.

Государственная регистрация договора аренды необходима, в первую очередь, для самих сторон, так как дает существенные гарантии стабильности арендных отношений.

Краткосрочную аренду или субаренду (договор на 11 месяцев) выбирать не рекомендуется, поскольку за 11 месяцев предприятие вряд ли окупится.

Если происходит покупка помещения, то необходимо помимо всех вышеперечисленных действий с 1 по 6 пункт проверить:

- дееспособность и правоспособность участников сделки;
- правдивость указанной информации;
- соответствие волеизъявления участников сделки.

Регистрация обязательно должна быть отражена в ЕГРП.

Затраты на этот момент следующие:

- оплата услуг риэлтора (поиск помещения по заданным критериям);
- оплата услуг юриста (проверка помещения и владельца);
- оплата покупки помещения;
- оплата государственной пошлины;
- оплата аренды при отсутствии арендных каникул.

Вопросы для самопроверки:

1. Какие пути открытия заведения Вы знаете?
2. Что такое франчайзинг?
3. Какая минимальная мощность энергопотребления должна быть у предприятия общепита?
4. На какой срок предоставляется субаренда?
5. Какие основные требования предъявляются к месту расположения ресторана?
6. Кто должен регистрировать договор аренды?
7. Где регистрируется договор купли-продажи на помещение для ресторана?
8. Что нужно сделать до заключения договора аренды?
9. Какие формы предприятий существуют?

Литература по теме:

Интернет-ресурсы:

1. <http://video.yandex.ru/#search?text=%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B&where=all&filmId=26318805-07-12> - ресторанные бренды.
2. <http://base.garant.ru/10164072/34/> - Рента и пожизненное содержание с иждивением, Гражданский кодекс (ГК РФ), часть вторая.
3. <http://bddo.ru> - Типовые договоры и формы документов. Образцы и бланки договоров.
4. www.sob.ru - База недвижимости Sob.ru - Объявления по продаже и аренде квартир, комнат, домов и участков.
5. http://tourlib.net/books_tourism/egerton1.htm - Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном.

Практические задания.

Задание № 1.

Вы открываете ресторан по франчайзингу. Напишите, в чем, по вашему, состоят плюсы открытия заведения таким путем?

Задание № 2.

Посчитайте площадь зала, кухни и общую площадь для кафе на 60 посадочных мест, работающего на полуфабрикатах высокой степени готовности.

Пример выполнения задания:

Вы открываете ресторан по франчайзингу. Напишите, в чем, по вашему, состоят минусы открытия заведения таким путем.

Минусы открытия заведения по франчайзингу:

1. *вступительный взнос;*
2. *ограничения: меню, интерьер, маркетинг;*
3. *ежемесячный платеж;*
4. *штрафы в случае нарушения договора.*

Тема 2. Классификация объектов ресторанного бизнеса. Термины и определения

Вопросы темы:

1. Основные определения. Критерии для классификации предприятий общепита.
2. Классификация предприятий по типу обслуживания.
3. Классификация предприятий питания в Республике Беларусь.

Теоретический материал по теме

1. Основные определения. Признаки для классификации предприятий общепита

Класс предприятия общественного питания – совокупность отличительных признаков предприятия конкретного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг и уровень и условия обслуживания без учета ассортимента выпускаемой продукции.

Тип предприятия общественного питания – предприятие с характерными условиями обслуживания, ассортиментом реализуемой продукции общественного питания и технической оснащенностью.

Предприятие общественного питания – предприятие, предназначенное для производства, реализации и (или) организации потребления продукции общественного питания, включая кулинарную продукцию, мучные кондитерские и булочные изделия.

Для классификации предприятий питания используется ряд критериев, которые можно разделить на несколько основных групп. Согласно последним тенденциям развития рынка общепита можно выделить следующие признаки для классификации:

1. По типу обслуживания.
2. По уровню сервиса.
3. По уровню комфорта.
4. По стилю оформления залов.
5. По ориентации на разные группы потребителей.
6. По уровню оснащенности.
7. По типу меню кухни.
8. По уровню цен или среднему чеку на гостя.
9. По качеству приготовления блюд и напитков.
10. По времени приготовления блюд и напитков.
11. По дополнительному спектру услуг.

2. Классификация предприятий по типу обслуживания

По типу обслуживания можно выделить две основные группы: полносервисные предприятия общепита и предприятия самообслуживания (см схему 1).

Полносервисные рестораны подразделяют на рестораны среднего и высокого класса.

Иногда полносервисные рестораны подразделяют на рестораны низкого, среднего и высокого уровня, и по ним можно провести аналогию с ГОСТ. Например:

- уровень ниже среднего = «первый» класс в Республике Беларусь;
- средний уровень = «высший» класс в Республике Беларусь;
- уровень выше среднего = заведения класса «люкс» в Республике Беларусь.

Схема 1.



Полносервисные рестораны высокого уровня.

Как правило, это элитарные заведения с изысканной кухней, дорогими блюдами и высоким уровнем обслуживания. Характерный признак: высокий уровень цен, большой выбор порционных блюд разряда высокой кухни (франц. «haute cuisine») или кухни высшей категории.

Полносервисные рестораны среднего уровня.

Могут классифицироваться как рестораны семейные, тематические, повседневные или для особых случаев, специализирующиеся на национальной кухне или отдельных видах продуктов, на обедах, рестораны при гостиницах, вокзалах и т.д.

В таких заведениях средний уровень цен. Главное их правило – демократичность и комфорт. Часто ресторан может совмещать черты различных типов классификации и специализации в одном заведении фьюжн (fusion), что в большинстве случаев удачно дополняет концепцию заведения.

Примеры полносервисных ресторанов среднего уровня: TGI Friday's, «Якитория», «Иль Патио», «Шоколадница».

Предприятия самообслуживания.

К ним относятся: рестораны быстрого обслуживания, столовые, бистро и т.п.

Заведения данной категории предлагают своим посетителям стандартизированное и ограниченное меню, позволяющее в ускоренном режиме качественно обслуживать большой поток посетителей. Обслуживание посетителей происходит по принципу самообслуживания – гости заказывают и получают блюда или сразу же, или через непродолжительное время, и забирают их самостоятельно.

Примеры таких предприятий: McDonald's,

3. Классификация предприятий питания в Республике Беларусь

Согласно ГОСТ Р 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания» предприятия общественного питания в зависимости от характера их деятельности подразделяются на:

- предприятия, организующие производство продукции общественного питания (заготовочные фабрики, цеха по производству полуфабрикатов и кулинарных изделий, специализированные кулинарные цеха, предприятия (цеха) бортового питания и др.) с возможностью доставки потребителям;
- предприятия, организующие производство, реализацию продукции общественного питания и обслуживание потребителей с потреблением на месте и на вынос (вывоз) с возможностью доставки (рестораны, кафе, бары, закусочные, столовые, предприятия быстрого обслуживания, кофейни);
- предприятия, организующие реализацию продукции общественного питания (с возможным потреблением на месте) (магазины кулинарии, буфеты, кафетерии, предприятия мелкорозничной торговой сети);
- предприятия выездного обслуживания; предприятия, организующие доставку и обслуживание потребителей в номерах гостиниц и других средствах размещения.

При определении типа предприятия общественного питания учитывают следующие факторы:

- ассортимент реализуемых кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их разнообразие и сложность изготовления;
- техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочные решения и т.д.);
- методы и формы обслуживания;
- время обслуживания потребителей (время ожидания, предоставления и потребления услуги);
- профессиональную подготовку и уровень квалификации персонала;

– условия обслуживания (комфортность зала, мебели, этику персонала, эстетику оформления, интерьер и т.д.).

Предприятия общественного питания в зависимости от характера их деятельности подразделяются на:

- Рестораны.
- Бары.
- Кафе.
- Столовые.
- Закусочные.
- Предприятия быстрого обслуживания.
- Буфеты.
- Кафетерии.
- Кофейни.
- Магазины кулинарии.

Ресторан – предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая заказные и фирменные блюда и изделия; алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные изделия, покупные товары, с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

Бар – предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, коктейли, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары.

Кафе – предприятие общественного питания по организации питания и (или без) отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции общественного питания, реализующее фирменные, заказные блюда, изделия и алкогольные и безалкогольные напитки.

Столовая – предприятие общественного питания, общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная – предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольной продукции.

Предприятие быстрого обслуживания – предприятие общественного питания, реализующее узкий ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, как правило, из полуфабрикатов высокой степени готовности, и обеспечивающее минимальные затраты времени на обслуживание потребителей.

Буфет – предприятие общественного питания, находящееся в жилых и общественных зданиях, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, покупные товары.

Кафетерий – предприятие общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки из кофе, чая, прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, мучные булочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления и покупные товары.

Кофейня – предприятие общественного питания, специализирующееся на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая, мучных блюд и мучных булочных и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности в ограниченном ассортименте, а также алкогольных напитков и покупных товаров.

Магазин кулинарии – предприятие общественного питания, имеющее собственное кулинарное производство и реализующее потребителям кулинарные изделия, полуфабрикаты, мучные булочные и кондитерские изделия и покупные продовольственные товары. Допускается организация кафетерия в торговом зале магазина кулинарии.

Рестораны и бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяют на три класса – «люкс», «высший» и «первый», которые должны соответствовать следующим требованиям:

– «люкс» – широкий выбор услуг, предоставляемых потребителям; высокий уровень комфортности и удобство размещения потребителей в зале; широкий ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий, характерных для ресторанов; широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей для баров; изысканная сервировка столов, фирменный стиль, специфика подачи блюд; эксклюзивность и роскошь интерьера;

– «высший» – большой выбор услуг, предоставляемых потребителям; комфортность и удобство размещения потребителей в зале; разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов; широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей (для баров), фирменный стиль, изысканность и оригинальность интерьера;

– «первый» – определенный выбор услуг, предоставляемых потребителям; разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий и напитков сложного изготовления, характерный для ресторанов; широкий или специализированный ассортимент напитков и коктейлей, в том числе

заказных и фирменных (для баров); гармоничность и комфортность интерьера.

Вопросы для самопроверки:

1. Согласно какому ГОСТу классифицируют предприятия в РФ?
2. Дайте определение бара согласно ГОСТ РБ 50762-2007.
3. Дайте определение ресторана согласно ГОСТ РБ 50762-2007.
4. Назовите общие признаки для классификаций предприятий общепита.
5. Что такое полносервисный ресторан? На какие классы делятся полносервисные рестораны?
6. Для чего нужно знать классификацию предприятий общепита в соответствии с ГОСТом?
7. Согласно ГОСТ Р 50762-2007 на какие типы по характеру деятельности разделяют предприятия общепита?
8. На какие классы делят рестораны и бары по уровню обслуживания и номенклатуре?

Литература по теме:

Основная литература:

1. Костас Катсигрис, Крис Томас. Учебник ресторатора. Проектирование, оборудование, дизайн. – М.: Ресторанные ведомости, 2009. – 576 с.
2. Нормативные документы индустрии питания. – М.: Ресторанные ведомости, 2012.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.complexdoc.ru/> - Промышленный портал Complexdoc: нормативные документы, блоги о промышленности, промышленные товары, выставки, обучение - Нормативно-технические документы. ГОСТы, СНИПы, СанПиНы, нормы, правила и др.
2. <http://www.restoranoff.ru/> - Портал Индустрии Гостеприимства и Питания, все общественное питание (общепит), ресторанный бизнес, ресторанное и барное дело | Restoranoff.ru.
3. <http://www.frio.ru/> - ФРИО - Федерация рестораторов и отельеров.
4. <http://www.npark.ru/klassifikaciya-restoranov-page2.html> - Классификация ресторанов.

Задание № 1.

Классифицируйте предприятия общественного питания по типу обслуживания (разделите на несколько основных групп):

- Subway.
- «Поль Бейкери».
- «Иль патио».
- «Планета Суши».
- «Му-Му».
- «Теремок».
- Vora Vora Grill.
- «Баскин Роббинс».
- «Сбарро».
- Витаминный бар, соки.
- «Урюк Кафе».
- «Грабли».
- «Кофе Хаус».
- «Якитория».
- «Кружка».

Задание № 2.

Разделите эти же предприятия согласно ГОСТу.

К какому из перечисленных классов заведений (ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии) относятся эти предприятия?

Тема 9. Проектирование, подбор оборудования и строительство

1. Разработать дизайн проект ресторана на 60 посадочных мест

Литература по теме:

Основная литература:

1. Костас Катсигрис, Крис Томас. Учебник ресторатора. Проектирование, оборудование, дизайн. – Ресторанные ведомости, 2009. – 576 с.

Дополнительная литература:

1. Тейлор Д. Лучшие мировые интерьеры. Рестораны, бары, кафе. – Ресторанные ведомости, 2004. – 192 с.
2. Тальников А.П., Управление рестораном: Практическое пособие. – КК «РестЭкс», 2010. – 270 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.restoranoff.ru/concept> - Концепция и проекты ресторанов, баров, кафе, пиццерий, пекарни.
2. <http://www.restoran-service.ru/> - Ресторан Сервис - Оборудование для Ресторанов, Кафе, Столовых, Гостиниц в Санкт-Петербург, Самара, Тольятти.
3. www.complexdoc.ru. - Промышленный портал Complexdoc: нормативные документы, блоги о промышленности, промышленные товары, выставки, обучение - Нормативно-технические документы. ГОСТы, СНИПы, СанПиНы, нормы, правила и др.

Тема 13. Тестирование и запуск предприятия

Вопросы темы:

1. Тестирование и техническое открытие.
2. Check-list открытия предприятия.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое техническое открытие?
2. По каким причинам техническое открытие затягивается?
3. Что такое чек-лист открытия ресторана?
4. Что такое моск-сервис?
5. Опишите два пути финальной стадии открытия предприятия общепита.
6. Кому распространяются приглашения на моск-сервис и почему?
7. Что такое демпинг? Когда он применяется?
8. Какие предприятия открываются с использованием моск-сервиса?
9. Какие основные способы чек-листов для открытия ресторана существуют?
10. Что такое ключевые фигуры ресторана?
11. За сколько месяцев до планируемой даты открытия предприятия рекомендуется использовать данный чек-лист?

Литература по теме:

Основная литература:

1. Тальников А.П. Управление рестораном: Практическое пособие. – М.: КК «РестЭкс», 2010. – 270 с.

Интернет-ресурсы:

1. http://www.pitportal.ru/samples_docs/instructions/5562.html. - Чек лист открытия кафе - Должностные инструкции повара, кондитера, пекаря и других - Для предприятия общепита - Pitportal.ru – информационный портал.
2. <http://www.dist-cons.ru/> - Дистанционный консалтинг.