

## ГЛОССАРИЙ

**АДАПТАЦИЯ РАБОТНИКА** – процесс приспособления работника к новому месту работы (при переходе в новую компанию, на новую должность и др.).

**А ЛЯ КАРТ** – тип обслуживания, при котором гости самостоятельно формируют свой обед из тех блюд, которые представлены в меню. Напротив каждого блюда в меню указана цена.

**АНАЛИЗ РИСКОВ** – раздел теории управления рисками, включающей индификацию и классификацию рисков по причинам их возникновения, определение вероятности их возникновения (степени риска) и возможных потерь (меры риска), а также выбор наиболее эффективных мер управления рисками.

**АНКЕТА** – инструмент исследования, состоящий из перечня вопросов и обеспечивающий относительно быстрый сбор информации для составления должностной инструкции и др.).

**АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ** – деятельность менеджмента компании, направленная на преодоление острых проблем предприятия, накопившихся в результате плохого управления.

**АУТСОРСИНГ** – привлечение внешних поставщиков товаров и услуг для производства собственной продукции.

**БАР** [англ. bar]. Ресторан с буфетом, где можно выпивать и закусывать, не отходя от стойки. Маленький ресторан.

**БАРИСТА** Специалист по приготовлению кофе.

**БАР-ЛИСТ** – меню бара.

**БАРМЕН** – сотрудник бара, работающий за барной стойкой. Обслуживает клиентов, готовит коктейли и т.п.

**БЕНЧМАРКИНГ** – методика анализа слабых сторон компании, основанная на сравнении потенциала с потенциалом главного конкурента.

**Бизнес-единица** – отдельно управляемое подразделение компании, ответственное за всю деятельность, необходимую для разработки, производства и продажи однотипной продукции и услуг.

**БРАНЧ** [brunch]. Название происходит от соединения слов «breakfast» (завтрак) и «lunch» (ланч, ранний обед). На «ресторанном» языке бранч — воскресный вариант бизнес-ланча, принятого в будние дни. Во многом бранч напоминает обычный шведский стол: фиксированная оплата, свободный выбор блюд. Однако он имеет и целый ряд существенных отличий: большее разнообразие предлагаемых блюд и наличие на столе спиртного. Помимо этого, бранч включает в себя и развлекательную программу не только для взрослых, но и для детей.

**БУФЕТ** [фр. buffet]. 1. Стол или стойка для продажи закусок и напитков в ресторане или при учреждениях. 2. Небольшой ресторан, закусочная.

**БОУЛЬ**. Чаша в форме полушария, на низкой ножке, иногда и без ножки. Боулем называется также алкогольный напиток. Приготавливается из столового вина, свежих ягод и плодов. Ягоды засыпают сахарным песком

выдерживают некоторое время до выделения сока. Затем заливают вином и выдерживают несколько часов.

**ВСЕ ВКЛЮЧЕНО** [all inclusive]. Система обслуживания в отелях, при которой питание, напитки (чаще всего местного производства) и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты. Разновидностью данной системы обслуживания является система *max inclusive*, когда перечень дополнительных услуг может быть существенно расширен и включать бесплатное пользование сауной, парикмахерской, занятия различными видами спорта и т.д.

**ВИДЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ** – представление о компании/фирме в достаточно далеком будущем. Разработка стратегического видения – мощный инструмент современного управления, позволяет создать необходимые ориентиры, помогающие высшему руководству организации разработать программу конкретных действий и на настоящий период.

**ДАЙНЕР** – характерный для США и Канады тип ресторанов быстрого обслуживания. Первые дайнеры появились в Америке в XIX в. и представляли собой небольшие вагоны-рестораны, где завтракали случайные прохожие и рабочие перед сменой.

**ДИВЕСИФИКАЦИЯ** – расширение сферы деятельности с точки зрения производимой продукции и предоставляемых услуг; появление у компании/фирмы новых направлений деятельности, ориентированных на новые рынки.

**ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОРГАНИЗАЦИИ** – прохождение организацией стадии эволюционного развития (рождение, юность, средний возраст, зрелость).

**ЗОНЫ РИСКА** – качественная характеристика степени риска в зависимости от вероятности его возникновения. Для определения зон риска обычно используется кривая Лоренца. Как правило, выделяют следующие зоны риска: зоны допустимого риска (возникновение рискованной ситуации не приводит к существующему ухудшению финансового положения компании), зона умеренного риска (убытки от возникновения рискованной ситуации покрываются прибылью других областей деятельности), зона высокого риска (в результате возникновения рискованной ситуации ухудшается финансовое положение компании), зона недопустимого риска (рискованная ситуация приводит к неплатежеспособности или банкротству предприятия). В противоположность зонам риска выделяют безрисковую зону, характеризующую возможность не наступления рискованной ситуации. Безрисковая зона является характеристикой шанса.

**ИНТЕГРАЦИЯ** – процесс объединения усилий различных подсистем (подразделений) для достижения целей организации.

**КОНТРОЛЬ** – управленческая функция, предполагающая наблюдение за действиями сотрудников, точным следованием организации по выбранному курсу и достижением поставленных целей, а также внесение необходимых корректив.

**КОНЦЕПЦИЯ** – система взглядов, которой придерживаются в настоящий момент, определенный способ понимания, трактовки каких-либо явлений, основная точка зрения, руководящая идея для их освещения; или же ведущий замысел, конструктивный принцип различных видов деятельности.

**КРИТЕРИИ РИСКА** – 1) признаки, по которым определяют наступление рисков; 2) признаки, на основании которых производится классификация рисков. Критерии риска должны быть внутренне непротиворечивыми.

**МЕРЧАЙДАЙЗИНГ** – часть процесса маркетинга, определяющая методiku продажи товара, услуг в магазине. Призван определять набор продаваемых в розничном магазине товаров, способы выкладки товаров, снабжение их рекламными материалами, цены.

**МИССИЯ** – главная общая цель предприятия, понимаемая, в первую очередь, как долговременная задача по отличному от конкурентов и желательному лучшему удовлетворению потребностей основных покупателей производимых товаров.

**НАБОР ПЕРСОНАЛА** – один из подпроцессов специальной функции управления – управления персоналом, включающий в себя требования к вакантной должности, привлечение кандидатов и т.д., определяется политикой фирмы по отношению к персоналу (или выращивание своих кадров, или привлечение молодых специалистов, или переманивание профессионалов из конкурирующих компаний/фирм и др.).

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА** – логические соотношения уровней управления и функциональных областей, построенные таким образом, чтобы обеспечить эффективное достижение целей.

**РЕИНЖИНИРИНГ** – радикальная перестройка бизнес-процессов организации, цель которой состоит в достижении более высоких показателей качества продукции и уровня обслуживания, снижения издержек, когда основной акцент переносится на процессы, а не функции; нередко выражается в отказе от вертикальной структуры и формировании команд.

**РИСК** – экономическая категория, отражающая возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной, финансовой и/или инновационной деятельности.

**РУМ-СЕРВИС** [room service] - обслуживание в номерах. Услуги, заказанные в номер, обходятся на 10-15 процентов дороже. В некоторых отелях рум-сервис прекращает работу в два часа ночи, но самые высококлассные гостиницы предлагают его круглосуточно

**SWOT- анализ** – инструмент анализа рынка, который позволяет в сжатом виде представить рыночную ситуацию – опасности и возможности, которые ожидают компанию/фирму на рынке, а также ее слабые и сильные характеристики – то есть потенциал.

**СРОК ОКУПАЕМОСТИ** – период, начиная с которого первоначальные вложения и другие затраты по инвестиционному проекту покрываются результатами его осуществления.

**СТИЛЬ РУКОВОДСТВА** – обобщенные виды поведения в отношении с подчиненными в процессе достижения поставленных целей (демократический, авторитарный, либеральный).

**УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ** – деятельность, направленная на достижение показателей качества, запрашиваемых со стороны потребителей. Соответственно, в систему управления качеством продукции потребитель должен быть включен как обязательное и центральное звено.

**ФРАНЧАЙЗИНГ** – вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за оплату (роялти) право на определенный вид бизнеса, используя разработанную систему его ведения.

**ФРАНШИЗА** – объект договора франчайзинга, комплекс благ, состоящий из прав пользования брендом и бизнес-моделью франчайзера, а также иных благ, необходимых для создания и ведения бизнеса.

**HoReCa** – сегмент рынка, представленный гостиницами, ресторанами, барами, кафе и другими предприятиями общественного питания, компаниями-поставщиками оборудования, продуктов питания и услуг для индустрии гостеприимства.