

# Системы общественного питания, применяемые в туристском хозяйстве

**L/O/G/O**

Выполнила: Ан Виктория



# План:

Введение

Проблемы в развитии ОП

Функции и особенности ОП

Quick & Casual

Вывод





# Введение

- ❖ Общественное питание является одной из отраслей, которая направлена на удовлетворение потребностей населения. Социальная направленность современной рыночной экономики, ориентация на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и развитие человека, со всей остротой выдвигают необходимость качественных изменений этой сферы услуг.
- ❖ Результаты деятельности этой сферы носят многофункциональный, комплексный характер, увеличивают свободное время населения, освобождают его от трудоемких работ по ведению домашнего хозяйства, способствуют рациональному использованию денежных доходов. Предприятия общественного питания играют важную роль в удовлетворении потребностей населения, и в системе инфраструктуры национальной экономики рассматриваются как общественно-организованная форма удовлетворения потребностей людей в готовой пище.



## Выделяют два основных уровня рассмотрения проблем развития общественного питания:



Наиболее важен региональный уровень рассмотрения, так как развитие такой жестко коммерциализированной отрасли как общественное питание в максимальной степени определяется расселенческими характеристиками: плотностью населения, социально-демографическим составом населения, средним уровнем материальной обеспеченности жителей и т.д. Поэтому оптимизация структур управления данной системой должна осуществляться именно на уровне региона



**Функции системы общественного питания определяются, прежде всего, особенностями данного вида услуг, характеристики и ресурсы и представлен в виде ядра окруженного тремя концентрическими кругами (кольцами).**

**1**

**Внутреннее кольцо, окружающее ядро (первый уровень), или «ожидаемый продукт», обозначает минимальные ожидания клиентов**

**2**

**Следующий уровень соответствует «расширенному продукту» и включает то, что может отличать данный продукт от его рыночных аналогов в части дополнительных преимуществ, связанных с его приобретением и потреблением**

**3**

**Последний внешний круг является потенциальным продуктом, состоящим из всего, что потенциально достижимо и реализуемо в перспективе для привлечения и удержания клиентов, в отличие от расширенного продукта, который фиксирует только то, что уже было сделано в этих целях**





## Услуги общественного питания выполняют целый ряд важных социально-экономических функций, таких как:

1 - удовлетворение объективных потребностей населения в готовой пище и услугах по ее общественно-организованному потреблению;

2 - удовлетворение субъективных социально-культурных потребностей населения (общение, досуг, отдых);

3 - совершенствование структуры использования свободного времени потребителей;

4 - повышение реальных доходов потребителей за счет рационализации структуры расходов;  
- повышение реальных доходов малоимущих и незащищенных слоев населения



**В современном мире функции общественного питания не ограничиваются только созданием условий для питания и отдыха, а распространяют свое влияние на многие сферы:**

**01**

здравоохранение  
(лечебное и  
рациональное  
питание, быт,  
культура кулинарное  
искусство)

**02**

досуг (культурно-  
развлекательные  
программы)

**03**

образование и  
просвещение,  
туризм и отдых



**Таким образом, можно говорить, что общественное питание выполняет две основные функции:**

**01**

**•во-первых,  
воспроизводство  
человека, его  
физических  
возможностей**

**02**

**во-вторых,  
социализация  
индивидуумов  
посредством  
различных  
систем  
общественного  
питания**





# Особенностью услуг общественного питания является:

комплексный, многофункциональный характер, который обеспечивается наличием многопрофильных предприятий различного типа и масштаба, удовлетворяющих данные потребности. Необходимо также обратить внимание на такую особенность услуг как непостоянство их качества.

Данное обстоятельство делает конкурентную борьбу чрезвычайно острой, поскольку производитель услуги общественного питания вынужден постоянно искать дополнительные конкурентные преимущества, которые бы позволили элиминировать потенциально возможное в отдельных случаях падение качества предоставляемых услуг



# Quick&Casual – новинка на рынке общественного питания

Весьма популярные в Западной Европе и США заведения типа Quick&Casual (что-то среднее между фаст-фудом (Quick Service) и «повседневным» рестораном (Casual Dining) – сегодня наиболее динамичный сегмент рынка общественного питания. Так, на американском рынке его ежегодный прирост составляет 17%, тогда как ресторанов – 4,9%, а фаст-фудов – только 2,1%. Поэтому именно формат Quick&Casual сегодня – в центре внимания западных аналитиков и ему пророчат самое светлое будущее, ведь, как считают операторы этого сегмента, концепция Quick&Casual вобрала лучшее из фаст-фуда и ресторана.



# Заведения Quick&Casual (квик энд кежал) от обычных ресторанов переняли высокое качество и традиционность кулинарии:

использование  
свежих  
полуфабрикатов

выпечки  
собственного  
приготовления

жесткое табу на  
замороженные  
полуфабрикаты уже  
готовых блюд,  
разогреваемые в  
микроволновках.

Плюс – высокий уровень обслуживания официантами и дополнительный пакет услуг, например, бесплатная парковка, городской телефон, свежая пресса, еда навынос, детский игровой зал, кейтеринг и др.



## Типология Quick & Casual

- **Этнический (Ethnic concept)** – подсегмент состоит из эклектичной группы азиатских, итальянских и мексиканских ресторанов. Отличительной чертой является наличие в меню характерных национальных блюд (пицца, паста (макароны), буррито, тако, лапша, суши и т.п.), придающих заведению своеобразную привлекательность. (Наиболее известные ТМ: Fazoli's, Pentolino, Sbarro, Panda Express, Chipotle, Chin's Asia French.)
- **Кафе-пекарня (Bakery Cafe)** - заведения предлагают широкий выбор свежей выпечки собственного производства (хлеб, сдоба, кондитерские изделия) в сочетании с небольшим, но характерным меню (супы, салаты, разнообразные сэндвичи) и широким выбором напитков. Продажа продукции навынос, прежде всего выпечки. (Panera Bread, Au Bon Pain, La Madeleine French, Great Harvest.)
- **Сэндвич – и салат-бар (Sandwich and Salad Shops)** – эта концепция очень близка к кафе-пекарням, но здесь не предлагают для продажи собственную хлебобулочную продукцию. Выбор напитков также ограничен: кола, один вид чая, кофе и соки. Широкий выбор сэндвичей, салатов и несколько видов супов.
- **Сети – «мутанты» (Transitioning Chains)** – популярность и успех Quick&Casual вынуждает многих традиционных операторов рынка «подстраиваться» под новоформатные заведения. Например, сетевые рестораны создают собственные Quick&Casual версии. Как правило, это делается за счет сокращения меню или сосредоточения на каком-нибудь конкретном разделе кулинарной книги: супы, вторые блюда, десерты и др. Но и фаст-фуды идут по пути «усложнения» и меньшей «затехнологизированности».

# Вывод:

- Следует отметить, что в настоящее время, хоть и сохранилась общая структура предприятий общественного питания по реализации трех выделенных функций (производство, реализация и предоставление условий для потребления и отдыха), происходит существенная перестройка самого процесса организации питания как по сокращенной схеме (производство и потребление), так и по развернутой (весь цикл, включая отдых). В первом случае начинает преобладать система «быстрого» питания, в которой процесс организован более технологично, чем в традиционных предприятиях; сами предприятия разнообразнее по ассортименту.
- Выполняя функции производства, реализации и организации потребления пищи, как правило, органически связанные и совпадающие во времени и в пространстве, предприятия общественного питания должны исходить из принципа, что можно достичь наилучшего положения фирмы в рыночной системе, только удовлетворяя потребности клиентов





**Спасибо за внимание!**

**L/O/G/O**