

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

**Институт физики, технологии и экономики
Кафедра технологии и экономики**

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕТСКОЙ ЗОНЫ В ОРГАНИЗАЦИИ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
зав. кафедрой

Руководитель ОПОП:

Исполнитель:
Попова Анна Александровна
Студентка 4 курса, группы Б-41
Дневного (очного) отделения

Руководитель:
Корзникова Галина Григорьевна
Кандидат педагогических наук,
профессор

Екатеринбург 2016

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС, КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ	6
1.1 Компетенции управляющего.....	12
1.2 Материально техническая база детской зоны в учреждениях общественного питания.....	16
1.3 Маркетинговое исследование потребителя и производителя услуг общественного питания.....	21
Глава 2. РАБОТА С ДЕТЬМИ В УСЛОВИЯХ РЕСТОРАНА.....	26
2.1 Моделирование детской зоны.....	27
2.2 Моделирование игровой комнаты.....	30
2.3 Обслуживающий персонал детской зоны.....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	44
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	48

Введение

Актуальность темы. На сегодняшний день актуальным становится вопрос о создании детских и игровых комнат в учреждениях общественного питания, необходимости вывода их на иной качественный уровень, увеличение их значимости, как важнейшего фактора воспитания и развития ребенка дошкольного возраста. За границей эта сфера деятельности очень развита и когда наши дети приезжают, например, в Турцию, то для них это просто новшество, они не понимают как себя вести с воспитателями и аниматорами. Как так, меня развлекают и находят ко мне индивидуальный подход?

Моделирование детской зоны несет в себе востребованность в сфере услуг, квалификационный состав работников с воспитательной деятельностью. В России детские комнаты только начинают развиваться. Ведь в них дети получают очень большое количество знаний и умений, развивают моторику и внимание. Особенно это актуально на региональном уровне, так как в больших городах, заведения задумываются о своих гостях и постоянных клиентах и пытаются как можно больше им угодить, а в небольших городах, это проблема сохраняется.

Мне лично хотелось бы видеть в своем городе больше таких заведений, так как дети они есть везде, а не только в больших городах.

Однако встает вопрос о финансировании таких заведений. Не каждый предприниматель может позволить себе открыть в своем ресторане или кафе детскую и игровую комнату. Причин может быть много, начиная от помещения и заканчивая некомпетентностью управляющего в сфере услуг.

Таким образом, возникает противоречие между потребностью людей и отсутствием концептуального введения. Идеология предпринимателей настроена только на взрослый контингент, даже у семейных ресторанов, а про детей все забывают.

Проблема исследования заключается в неразработанности концептуального введения работы с детьми, отражающее интересы потребителя. Концепция заключается в выявлении потребностей потребителя в сфере услуг. Рестораторы создают заведения на взрослый контингент, не задумываясь о расширения своих возможностей.

В связи с этим тема исследования моделирование детской зоны в учреждениях общественного питания.

Объектом исследования является управление организацией общественного питания.

Предметом исследования – процесс моделирования детской и игровой зоны в организациях общественного питания.

Основой являлись **методы**, маркетинговое исследование, Анкетирование потребителей, Анкетирование предпринимателей.

Предметом исследования является разработка модели детской и игровой комнаты.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Изучение литературы по проблеме исследования.
2. Маркетинговое исследование семейных потребителей организаций общественного питания.
3. Разработка модели детской и игровой зоны в организациях общественного питания.
4. Компетенции управляющего по работе в детской и игровой зонах.
5. Разработка материально – технической базы для детской зоны.

В литературе описано, что данные авторы такие как, Л. А. Венгер, Н. Г. Салмина, С. А. Лебедева и Н. В. Ветрова разделяли воспитания ребенка по этапам. Каждый этап развития ребенка имеет свою особенность.

Л. А. Венгер на начальном этапе считал, что нужно совершенствовать действия замещения, на основном этапе – использовать готовые модели, а на заключительном – опосредовать моделью решения интеллектуальных задач.

Н. Г. Салмина на начальном этапе считала, что нужно повышать интерес к моделированию, на основном – расширять представление о данном методе, а на заключительном – осваивать отдельные практические умения.

С. А. Лебедева на начальном этапе утверждала что, нужно уметь подбирать модели к предмету, на основном этапе – использовать модели для группировки, а на заключительном – самостоятельно создавать модели.

Н. И. Ветрова писала, что на начальном этапе нужно формировать действия анализа внешних признаков предметов посредством предметно-схематической модели, в основном – уточнение и расширение знаний детей о системе эталонов и действий обследования посредством использования модели, а на заключительном – формирование обобщенных представлений о признаках и обозначениях их в модели.

Практическим значением данной работы является то, что она может быть использована в совершенствовании воспитательного процесса у детей дошкольного возраста.

ГЛАВА 1. РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС, КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Конкуренция считается выражением финансовых отношений в критериях рыночного хозяйства.

Она представляет собой конкретную форму становления производительных сил, форму становления моментов изготовления, форму финансовых ресурсов общества. Конкурентоспособные дела складываются между всеми субъектами рыночной экономики (домашними хозяйствами, фирмами и государством), между агентами спроса и предложения, между покупателями и производителями благ (товаров и услуг).

Эти дела пронизывают ключевые сферы финансовой жизни: производство, распределение, обмен и потребление.

Они несут в себе весомую роль специфичной «соединительной ткани» благодаря наличию, которой рыночная экономика действует в качестве трудной и многозвенной системы.

Важная особенность рыночной экономики - это возможность выбора. Организация общественного питания в собственной производственной работе свободна в выборе сырья, продуктов для изготовления личной продукции, свободна в выборе рыночной ниши и реализации продукции, предложений. Впрочем, свободная финансовая работа не гарантирует предприятию финансового экономического успеха сразу. Она складывается из критериев конкурентной борьбы. Конкуренция становится конституирующим фактором рынка социального питания, движущей силой его становления. Вследствие этого перед социумом стоит значимая и трудная задача создания конкурентной среды на рынке социального питания, которая содействовала бы подъему конкурентоспособности продуктов, предложений, конкурентоспособности компаний.

Данные требования актуальны для организации общественного питания - специфической отрасли, отличающейся от других своей многофункциональной деятельностью.

Одним из главных моментов в условиях очевидной конкуренции успех фирмы социального питания зависит от грамотного осуществления рекламных основ, позволяющих ресторану максимально приблизиться к собственным покупателям. Рассмотрим этапы реализации рекламной работы в сфере общественного питания:

Этап 1. Постановка целей.

- максимизация выгоды от реализации продукции (повышение цен заведения);
- сосредоточение на повышении качества сервиса и ориентация на клиентов;
- завоевание статуса известного заведения;
- вторжение (выход) на рынок;
- создание программы лояльности клиентов и др.

Этап 2. Анализ макросреды. Макросреда создается совокупностью критериев функционирования фирмы. Применительно к ресторанному бизнесу более важными считаются следующие характеристики:

- оборот общественного питания;
- доля затрат на питание;
- характеристики значения покупательной способности населения: среднемесячная заработная плата, средняя величина месячных пенсий
- значение уровня жизни населения;
- разграничение населения по доходам;
- половозрастной состав населения;
- степень образованности населения;
- разделение населения по степени занятости и по профессиям;
- индексация цен на услуги первой необходимости;
- степень инфляции.

Следует произвести опытно-поисковую работу в промежуток времени не менее 5 лет.

Анализируя указанные характеристики, можно сделать вывод по отношению к выбранному виду предприятия о стабильности (нестабильности) внешней среды. Также, можно сделать вывод о возможности угроз со стороны социально-экономического окружения, которые имеют все шансы воздействовать на работу предприятия общественного питания, а также на реализацию установленных им целей и задач. Сравнив данные по Российской Федерации и конкретизируя их по Екатеринбург, возможно квалифицировать, совпадают ли российские и региональные тенденции развития социально-экономической ситуации в целом.

Этап 3. Анализ мирового рынка. Для обнаружения крупных представителей предприятий мирового рынка, которые выходят или намереваются выйти на российский рынок, следует выполнить краткий анализ мирового рынка.

Этап 4: Анализ (комплексный) рынка общественного питания.

На представленном этапе происходит исследования следующих направлений:

Рыночная структура - количество компаний общественного питания с группировкой по районам размещения, специализации, видам. Исследуются наиболее известные направления бизнеса, тенденции становления рынка, а также наименее известные направления бизнеса.

Ценовая обстановка на рынке – деление компаний общественного питания по ценовым спектрам (сегментам), определение средней стоимости за отдельные ассортиментные позиции.

Ёмкость рынка - нынешняя и вероятная вместимость рынка общественного питания, в том числе при необходимости определения конкретного спектра. Также, при исследовании емкости рынка, возможно применять вторичные данные (статистические данные, данные отраслевых

порталов, оценки экспертов, общественные оценки и др.) и личные расчеты (на основе структуры затрат населения или с помощью приведения объемов продаж, например, по сравнению с Санкт - Петербургом).

Наличие на рынке сетевых структур.

Обнаружить специфику рынка общественного питания, а также главные факторы позволяет проведение комплексного анализа. Ключевые факторы влияют на воздействие на рынок и на его развитие, на препятствия для входа на рынок новых игроков, на возможности развития и трудности, имеющиеся на рынке.

Этап 5. Исследование индивидуальных особенностей потребительского поведения и сегментация рынка. В связи с тем, что определенная доля характеристик потребительского поведения имеет возможность рассматриваться в качестве характеристик сегментации, целесообразно комплексное изучение сегментации рынка, а также изучение особенностей поведения потребителей. Для описания характеристик поведения потребителей следует изучить и проанализировать следующие показатели:

- виды и специализации общественного питания, имеющие популярность среди потребителей (в некоторых сегментах существует всецело неудовлетворенная потребность, так как при открытии новых организаций общественного питания не всегда предусматриваются предпочтения потребителей, следовательно, полученные данные имеют все шансы не совпадать)

- предпочитаемые российские и зарубежные марки по главным направленностям работы фирмы (например, более известные бренды на рынке фаст-фуда);

- предпочитаемые места питания за пределами дома (например, уличный фаст-фуд, «шашлычка таджиков», ресторан, семейное кафе или фуд-корт, рестораны быстрого питания, пабы, бары,);

- частота посещения заведений общественного питания предоставленного вида (как в целом, так и по возрастным группам, по доходу, по полу и по статусу в обществе);

- цель посещения заведений общественного питания (удобство, сервис, приятное времяпрепровождение, интерьер и др.);

- осведомленность о представленном предприятии и его ведущих конкурентах;

- традиции посещения компаний общественного питания (праздник, обед, деловая встреча, ланч, свадьба, поминки, крестьянское пиршество и др.)

Сегментация ведется по 2 главным направленностям.

Конечные покупатели сегментируются по данным признакам:

1) по доходу; по возрасту; по полу;

2) по географическому признаку (например, по районам проживания); по манере жизни;

3) по семейному статусу и составу семьи и др.

Для корпоративных покупателей применяются данные характеристики сегментации:

1) сфера бизнеса (например, заводы или же фирмы, заказывающие ланч в офис, участники похода и др.);

2) географическое месторасположение (например, район города);

3) размер организации, количество посетителей за смену, численность работников;

4) цель посещения (корпоративные события, бизнес-ланчи, бранчи, прослушивание живой музыки, мастер-классы и др.);

Помимо всего, в отдельную группу можно обособить заказные события - свадьбы, фуршеты, похороны, поминки и др.

В итоге проделанного анализа фирма выявляет наиболее активно развивающиеся сегменты потребителей, потребности которых не

удовлетворены или удовлетворены не в полной мере, а также определяет главные моменты, действующие на интенсивность объема потребления.

Этап 6: Разработка рекламной стратегии. Разработка стратегии маркетинга фирмы общественного питания подразумевает реализацию стратегии с учетом приобретенной ранее информации.

По составляющим комплекса маркетинга на базе цели, установленной ранее на 1-ом этапе, разрабатываются цели. К примеру, product - расширение ассортимента представленных блюд и коктейлей; price - предложение бизнес-ланчей и бранчей по доступной цене; place - расширение сети в месте дислокации организации; promotion – организация и реализация маркетинговой компании; people – нахождение нового су-шефа и шеф-повара; process – повышение качества сервиса; physical evidence - смена внутреннего и внешнего интерьера.

Поиск и нахождение сегментов, наиболее заманчивых для фирмы, на которые она станет ориентироваться (дифференцированный, недифференцированный или концентрированный маркетинг). Главная задача сегментации - не распылять старания ресторана по всему городу, а сконцентрировать их на определенных сегментах, потому что нельзя всецело удовлетворить необходимые потребности всех покупателей в одно и то же время.

Анализ товарной политической деятельности предоставленного фирмы общественного питания:

- тест ассортимента, сопоставление ассортимента с ведущими прямыми конкурентами;

- выявление направлений становления в согласовании с установленной целью; тест сырьевой истории (основных поставщиков продуктов и услуг)

Анализ ценовой политики: определение издержек на создание и реализацию продукции; сопоставление с тарифами ведущих прямых конкурентов; определение ценовой стратегии в согласно цели.

Реализация предложений и услуг: анализ качества сервиса и обслуживания; тест кадрового состава, анализ работоспособности сотрудников; оценка стиля ресторана; разработка или улучшение стандартов сервиса.

Анализ коммуникационной политики: оценка производительности прошлых маркетинговых кампаний или промоакций; создание свежей маркетинговой компании и распределение бюджета продвижения с учетом установленной цели.

1.1 Компетенции управляющего

У управляющего кафе должны быть особенные знания, умения и навыки, в сравнении с обычным сотрудником. Существует конкретный перечень индивидуальных качеств, которыми должен обладать человек для того, чтобы открыть семейный ресторан или кафе. Необходимо обладать следующими качествами:

Компетенция — это способность грамотно использовать свои знания и умения, успешно реализовать свои действия на базе практического опыта при решении сложных задач общего рода, а также в некоторой широкой области.

Управляющий рестораном – это личность особой значимости, так как он – лицо заведения. Управляющий считается хранителем традиций заведения, в котором он работает, он управляет процессами, несет ответственность за любой объект, находящемся в заведении. Не принципиально, является ли управляющий собственником или наемным рабочим, его задача – сделать ресторан прибыльным с финансовой точки зрения, и нужным с точки зрения потребительского спроса.

1. Общие положения

1.1. Управляющий отелем, гостиницей, рестораном (в последующем Управляющий) относится к категории высочайшего управленческого персонала.

1.2. На место Управляющего назначается личность, имеющая высшее управленческое или же средне - специальное профессиональное образование, имея стаж работы по специальности в системе гостиничного сервиса не менее 5 лет, 1 год из которых на управленческой должности.

1.3. Управляющий назначается на место приказом руководителя/собственника бизнеса.

1.4. В случае отсутствия Управляющего (заболевание, семейные обстоятельства, отпуск, умер, рождает жена и пр.), его прямые обязанности исполняет лицо, назначенное приказом начальства. Данное лицо наделяется соответствующими полномочиями и несет ответственность за выполнение возложенных на него обязательств.

2. Базовые компетенции Управляющего.

Управляющий обязан знать:

2.1. Распоряжения, постановления, приказы, иную главную нормативную документацию вышестоящих и иных органов по вопросам общественного питания.

2.2. Основы экономики, управления предприятием, гостиничного менеджмента и маркетинга;

2.3. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации;

2.4. Порядок содержания жилых и иных помещений средств размещения;

2.5. Основы психологии, педагогики и конфликтологии применительно к обслуживанию клиентов;

2.6. Правила и способы организации процесса сервиса клиентов;

2.7. Структуру управления рестораном, права и прямые обязанности сотрудников организации общественного питания;

2.8. Законодательство о труде, основы организации труда работников, способы подбора, управления и дальнейшего развития и продвижения персонала;

2.9. Правила внутреннего распорядка;

2.10. Правила и общепризнанные нормы охраны труда, технологии безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты. Управляющий обязан уметь:

2.11. Распределять бюджет ресторана и разрабатывать проект его исполнения;

2.12. Назначать задачи подчиненным и держать под контролем их выполнение;

2.13. Делегировать права и обязанности помощникам, либо заместителям, и руководителям служб;

2.14. Разбирать рынок и предсказывать спрос на услуги;

2.15. Воплотить в жизнь взаимодействие между структурными единицами ресторана (встреча и размещение посетителей, пригласить к столику официанта, осуществить взаимодействие между менеджером, поварами, барменом и официантами и др.);

2.16. Осуществить работу с поставщиками.

3. Должностные прямые обязанности Управляющего: (Задача управляющего рестораном — не только грамотно руководить бизнес-процессами и персоналом, но и соблюдать бизнес - интересы собственников ресторана)

3.1. Управляет производственно-хозяйственной работой фирмы, неся всю полноту обязанностей за действенное использование и сохранность имущества ресторана, содержание в исправном состоянии помещений и имущества в соответствии с правилами и общепризнанными нормами эксплуатации, четкой работы оснащения, благоустройства и комфортности.

3.2. Берет на себя ответственность за соблюдение санитарно-технических и противопожарных требований.

3.3. Управляет финансово-экономической работой фирмы, неся всю полноту ответственности за итоги данной работы и достижение запланированных финансовых показателей, расширение спектра услуг и предложений, предоставляемых покупателям, и наращивание выгоды и конкурентоспособности фирмы.

3.4. Гарантирует высокий уровень клиентского обслуживания, в соответствии с предоставляемыми предложениями эталонам в целях покорения российского и зарубежного рынка, систематическое совершенствование свойств сервиса посетителей в соответствии с классом, учетом и распределением, а еще соблюдением паспортного режима, принимает меры к разрешению инцидентов, образующихся при обслуживании.

3.5. Гарантирует выполнение рестораном всех обязательств перед региональным и районным бюджетом, поставщиками, заказчиками и кредиторами, охватывая учреждения банка, а также хозяйственных и трудовых соглашений.

3.6. Принимает меры по обеспечению ресторана квалифицированными работниками, оптимальному применению, использованию и развитию их профессиональных качеств, знаний и умений, созданию безопасных и благоприятных для жизни и самочувствия условий труда.

3.7. Основываясь на принятых стандартах сервиса, одобренных на предприятии, управляет работой линейного персонала ресторана (уборщицами, хостес, официантами, поварами, барменами и др.).

3.8. Поручает ведение отдельных направлений работы руководителям структурных подразделений ресторана: заместителю управляющего, руководителю службы безопасности, директору ресторана, шеф-повару ресторана, старшему официанту, менеджеру, делегируя им собственные права и обязанности.

3.9. Гарантирует использование принципа материальной заинтересованности и ответственности всякого сотрудника за порученное

ему дело и итоги работы всего персонала, выплату заработной платы в поставленные сроки.

3.10. Держит под контролем соблюдение сотрудниками фирмы трудовой и производственной дисциплины, правил и общепризнанных норм охраны труда, техники безопасности, требований производственной санитарии и гигиены.

3.11. Гарантирует ведение и своевременное предоставление руководителям, или собственнику ресторана, отчетности о хозяйственной и финансовой работы ресторана.

3.12. Отстаивает имущественные интересы ресторана в суде, арбитраже, органах государственной власти и управления.

Таким образом, управляющему ресторана или кафе предъявляются определенные требования, выполнения которых позволяет ему концептуально мыслить и решать практические задачи в комплексе. В том числе видеть в детской зоне конкурентное преимущество.

1.2 Материально техническая база детской зоны в организациях общественного питания

Для полного понимания проблемы следует сначала рассмотреть сущность понятия «материально-техническая база».

Основываясь на энциклопедическом словаре экономики и права, можно получить надлежащее определение материально-технической базы.

Материально-техническая основа – это совокупность средств производства, которые применяются или могут быть применены в финансово-экономических процессах. Материально-техническая основа экономики включает в себя отраслевую структуру с выделением ведущих и запасных секторов инфраструктуры. Для фирмы понятие материально-технической базы предусматривает присутствие и приспособленность

производственных площадей, возраст парка оснащения, соотношение наличных вещественных ресурсов производственной программе.

Совокупность средств и предметов труда, функционирующих в общественном питании, составляет его материально-техническое основание. Она состоит из производственно-торговых помещений, торгово-технологического оснащения, производственного и торгового инвентаря, транспортных средств.

Особенности материально-технической базы общественного питания заключаются в том, что средства и предметы труда работают не только лишь в процессе производства, но и в процессах реализации, организации и потребления кулинарной продукции.

Фирмы общественного питания систематизируют в зависимости от способа изготовления (заготовочные, доготовочные, фирмы с абсолютным циклом производства), ассортимента выпускаемой продукции (универсальные и специализированные), размера и способа, предоставляемых клиентам предложений (люкс, высочайшая, I, II, III категории).

Для описания материально-технической базы общественного питания используют целую систему характеристик: численность компаний, величина площади торговых залов и численность мест в них, численность мест на тысячу жителей, средняя величина одной фирмы (торговая площадь и численность мест) и др.

К своеобразным показателям, характеризующим материально-техническое основание общественного питания, относят производственную мощность кухни и пропускную способность зала, где проводят банкеты.

В банкетном зале, не считая обеденной зоны, например, есть игровая и детская комната.

Вещественно – техническая основа игровой комнаты находится в зависимости от большого количества факторов. Детская игровая комната –

это пространство проведения досуга малыша или же группы ребят под присмотром сотрудников заведения.

Первые похожие организации начали появляться в Российской Федерации примерно 10 лет назад. В первую очередь, коммерсанты ориентировались на нужды гостей торговых центров и ресторанов. А вернее, на надобность родителей пристроить детей на время, когда они заняты покупками. Учитывался недостаток дошкольных учреждений в России. Оба фактора повлияли на то, что детские игровые комнаты стали очень прибыльным и деятельно развивающимся направлением бизнеса.

Открыть игровую комнату значительно легче, чем детский развивающий центр и ещё проще, чем личный частный детский садик. Нет необходимости получать разрешение на реализацию образовательной работы, не потребуются высококвалифицированные кадры, осуществить дело возможно со сравнительно маленькими расходами.

При открытии детской игровой комнаты на 30 м², рассчитанной максимально на 20 ребят в день, потребуется примерно 250 т.р. (ремонт (15%), оснащение (65%), аренда (10%), регистрация компании (5%), заработная оплата линейному персоналу (5%)). При средних в месячных затратах в 50 т.р., и доходах в 100 т.р. составит около 50 т.р.

Если открыть игровой развлекательный комплекс для ребят приблизительно на 70 кв. м, рассчитанный максимально на 70 ребят в день, то потребуется не менее 1 млн. р. При средних в месячных затратах в 80 т.р. и доходах в 250 т.р. чистая прибыль составит около 170 т.р.

Впрочем, данное развитие возможно прогнозировать только при верно подобранном размещении центра.

Процветают только те детские уголки досуга, которые организованы в местах глобального скопления людей (потенциальных клиентов). Следует попытаться отыскать здание в одном из помещений, куда люди ходят веселиться, гулять и отдыхать: кинозалы, бильярд, гипермаркеты, боулинг, торгово-развлекательные центры, кафе, рестораны и т.п.

Бывает, что игровые комнаты находят свою нишу и в спальнях районах, но это скорее исключение, чем правило. В основном это касается удаленных мест, в которых такой уголок сможет стать едва ли ни единственным способом организации досуга детей и взрослых.

Нормативная база

Перед открытием дела надо попытаться кропотливо выучить нормативы, касающиеся его организации. О них вы можете признать, обратившись в территориальные органы Роспотреб и Госпожнадзора. Работники данных служб обязаны уведомить о санитарных нормах и правилах техники защищенности, соблюдение коих нужно для открытия детской комнаты присмотра. В что количестве там направят и по законодательной основе районного смысла.

Еще принципиально разобраться и с документами федерального смысла. В частности, с теми нормативами, которые трогают детского игрового оснащения. Оно надлежит отвечать притязаниям интернациональных (EN – 1176) и русских (ГОСТ Р 52169-2003, ГОСТ Р 52168-2003, ГОСТ Р 52167-2003, ГОСТ Р 52299-2004, ГОСТ Р 52300-2004, ГОСТ Р 52301-2004) стандартом безопасности.

В согласовании законам РФ «О защите прав потребителей», ст. 9, 10 (п.2) и распоряжением Правительства № 1025 нужно побеспокоиться о наличии вывески или же щита, на котором бы указывались реквизиты организации, график работы, список предоставляемых предложений, порядок их предложения, стоимости, критерии компании и т.п.

Заблаговременно надо предугадать присутствие медицинские книжки у каждого сотрудника. (Приказ Роспотребнадзора № 402). Бумаги об особом образовании необязательны, но желательны, например как тока человек с педагогическим образованием имеет возможность предоставить ребенку нужное для него становление.

При подготовке здания под детскую игровую комнату нужно управляться СанПин 2.4.4.1251-03 и СанПин 2.4.1.2660-10. В обязательном

порядке обязана проводиться каждодневная мокроватая уборка покрытий, помывка игрушек и т.п.

Еще стоит знать о тех видах уголовной и административной ответственности, которые учтены за причинение вреда жизни и самочувствию малыша в случае конкретных поступков или же бездействия служащих игровой комнаты (69 ГПК, ст. 79 УПК, ст. 118 УК, 109 УК, ст. 1068 ГК, ст. 1064 ГК РФ, ст. 151 ГК, ст. 1081 ГК).

Понадобится и «Технический регламент», посвященный притязаниям пожарной защищенности.

Что нужно для открытия

Регистрация компании случается в налоговой (ООО или же ИП). Советуем зарегистрироваться в качестве ИП (индивидуального предпринимателя). Это станет стоить выгоднее и позволит в последующем использовать дотационные налоговые режимы - ЕНВД, УСН, а с 2013 г. патентную форму налогообложения.

Дальше надо определить с кодами ОКВЭД. Советуем показать: 92.7 - проч. работа по организации развлечений и отдыха.

Вслед за тем, по стопам пройти регистрацию в ПФ и иных внебюджетных фондах.

Потребуется кассовый аппарат, или бланки жесткой отчетности. Они подлежат регистрации в налоговой.

Здание под игровую комнату надо привести в соотношение с притязаниями Роспотреб и Госпожнадзора.

Оборудование для детской игровой комнаты

Для того, чтобы организовать небольшую игровую комнату, достаточно приобрести один детский лабиринт на 15 -20 м², который обойдется минимум в 180-200 т.р. Также понадобятся стол и стул для сотрудника – 10 т.р и шкафчики для одежды (около 800 р. за 1 секцию). Набор минимальный, в дальнейшем его можно дополнять настолько, насколько хватит фантазии и финансов владельца.

Трехэтажный лабиринт для детской игровой. Без лабиринтов сейчас не обходится ни одна детская игровая. Эти пространственные конструкции обычно изготавливаются под заказ (около 1 месяца). Однако иногда, особенно на распродажах, можно приобрести их в готовом варианте. Лабиринты могут быть любых размеров (от 10 до 100 м²) и комплектаций (горки, препятствия, валы, переходы, лестницы, мягкие модули, элементы для лазания, сухой бассейн с шариками и т.д.).

1.3 Маркетинговое исследование потребителя и производителя услуг общественного питания

Малыш в ресторане – мероприятие не плохое во всех отношениях. Для родителей, привести свое чадо в ресторан и передать его в руки аниматоров значит размеренный развлечения. Для малыша общение с другими ребятами, игры и развлечения – само собой всякий раз охотны. В конце концов, ресторан получает маленьких покупателей, наполнение зала в непопулярные выходные дни, подъем преданности постояльцев и – выгода.

Не тайна, собственно, что наиболее ключевым в семье считается малыш. Желание ребят – практически закон, вследствие этого в случае если ребенку нравится конкретное пространство, то опекуны быстрее всего направятся как раз туда. А в случае если в что пространстве есть вероятность от собственного чада отдохнуть, то и подавно. Для меня не настолько принципиальна ровная выгода от детской аудитории, сколько подъем преданности постояльцев. Мы также демонстрируем собственную преданность и упорство: все же малыши есть малыши, и истории случаются различные. Но в результате, как раз в обоюдной преданности заключается успех».

В последнее время в стране имеется настоящий бэби-бум. «Те, кто лет 5 обратно клубились и тусовались в данный момент повзрослели, завели

семьи, ребят. Вследствие этого надобность в ресторанах, куда возможно придти с ребятами, великовата как никогда». Меж тем, знатоки что, собственно, что, не обращая внимания на данный бесспорный прецедент, ресторанов, способных предложить неплохие утхи для ребят, пока же относительно немного. Почти все ограничиваются раскрасками и парой игрушек. Выигрывают семейные заведения с особыми детскими комнатами и увеселительными программами.

Правда, такое позволить могут немногие: не у всякого заведения отыщется свободное помещение.

Чтобы признать, необходимы ли детские комнаты в учреждениях общественного питания, я провела личное анкетирование, между нормальных людей, постояльцев ресторанов и кафе, и самих владельцев ресторанов.

По мнению управляющего ресторана «Мамина Паста» Светланы Михалевской, детская комната в принципе не нужна дорогостоящим и привилегированным ресторанам. Ресторанам, рассчитанным на бизнес публику, также не с руки завлекать в заведение семейных постояльцев. Впрочем, случаются и исключения. Кое-каким ресторанам поневоле приходится делаться «семейными». К примеру, тем, кто располагается в торгово-развлекательных комплексах. «Потребности в детском рационы и отдыхе во взрослых ресторанах есть, тем более в торгово-развлекательных центрах, куда приходят родители с ребятами в выходные, – беседует совладелица сети ресторанов «Эль Гаучо» и «Эль Гаучито» Жанна Левина. – Как раз вследствие этого в нашем новеньком ресторане с мясной концепцией, расположенном в престижном торговом центре, мы выдумали детское рационы, наняли клоунов и запаслись детскими книгами и карандашами».

Как ни странно, выдумывать детские утхи приходится кое-каким абсолютно «недетским» заведениям – барам, пивным ресторанам. К примеру, в ресторанах «Пив&ко» учтены детские комнаты, а в «Колбасофф» учтены книжки-раскраски. Кроме такого, собственно, что малыш просто не станет

препятствовать их отдыху, у него появится «серьезное» занятие, свежие приятели, любимые игрушки, и в грядущий раз, вполне вероятно, он появится желание возвратиться сюда же.

Если помещение позволяет, лучше конечно сделать отдельную детскую комнату. Но в том числе и в случае если площадь заведения небольшая, возможно отыскать выход. К примеру, отгородить часть зала для проведения веселья. Это самый экономный метод – по будням в зале протекают бизнес-ланчи, а по выходным столы в части зала убирают и высвобождают место для детских игр. Обособленная комната станет томиться 5 дней в неделю, а трансформируя площадь по мере надобности, возможно, достичь более здравого применения зала. К примеру, для веселья, возможно, устроить огромную «комнату», а в обыденный выходной – гораздо меньше. Довольно условно отгородить угол зала, к примеру, колоритными лентами или же кадками с цветами, набросать на пол подушек и игрушек – «комната» готова. Затраты ресторана в предоставленном случае: наименьше мебели, игрушки, книги, карандаши и т.д. Плюс данной ситуации ещё и в том, собственно, что родители имеют все шансы видеть собственного малыша. «Думаю, безусловно владеть в ресторанах детские комнаты или же брать нянь, тем более по субботам и воскресеньям в дневное время, – беседует Катерина Михалевская. – Родители имеют все шансы отдохнуть, зная, собственно что малыши под заботливым присмотром». Кстати, в случае если малыши играют на глазах у родителей, это снимает кое-какую обязанность с ресторана, в случае если с ребенком чего-нибудь произойдет.

В комнате возможно показывать мультики, не выражая сомнения, собственно что постояльцам ресторана не захочется проводить время под, «Ну, погоди!» Впрочем и обязанность ресторана за малыша увеличивается.

В случае если по будням комната работает «недетским» целям, то чем какого-либо другого оформить ее в нейтральных тонах, но для ребят приобрести яркие подушки и видные игрушки. Бесспорно, все розетки в

комнате обязаны быть прикрыты, численность острых углов сведено к минимальному количеству.

Знатоки рекомендуют приобретать крепкую и удобную мебель – малыши с легкостью имеют все шансы чего-нибудь развалить в процессе игры. По основанию кое-какие детали крепко приклеивают или же прикручивают и составляющие декора к стенкам, чтобы малыши не сумели «поиграть» с ними. В эталоне, помещение надлежит быть вдали от лестниц и порогов, раскрытых окошек и дверей. По способности, напольное покрытие надлежит быть плавным, в эталоне – ковер или же ковролин, дабы смягчить падения. К тому же на ковре приятнее трудиться, и малыши станут чувствовать себя уютнее.

Довольно принципиально создать критерии посещения игровой комнаты и размесить их на видном пространстве. По санитарным требованиям время присутствия дошкольников в детской комнате, где не организованы сон и питания, не имеет возможность быть более 4 часов. Это в обязательном порядке надлежит быть прописано в правилах и доведено до сведения родителей. Время «приема-передачи» ребят фиксируется в специальном журнале. Родителям рассказывается, не позже, какого часа они должны забрать собственного малыша. Ещё одно весомое правило: малыши, оказавшиеся в игровой комнате, обязаны быть здоровы. Работник игровой площадки содержит право (и должен) отказа в присутствии ребенку с очевидными симптомами болезни. Игровая комната, как организация, отвечает за самочувствие оказавшихся на ее территории ребят. Присутствия мед сотрудников на площадке не учтено, вследствие этого отказ в способе зрительно больного малыша правомерен, и не нарушать закон о защите прав потребителя. Целенаправленно в критерии привнести ещё один пункт: в случае нарушения порядка, проявления злости по отношению к иным ребятам на площадке, к работникам игровой комнаты, родители обязуются забрать собственного малыша по притязанию педагогов. Кроме правил в уголке потребителя располагается информация: реквизиты организации;

список предложений и критерии их оказания; прейскурант; сведения о сотруднике, который наблюдает за детьми; вывеска с названием фирмы и режимом работы.

Между обычных же людей, постояльцев кафе, узнали также некоторое количество рекомендаций для владельцев ресторанов. К примеру, стенки в залах лучше красить колоритными светлыми красками, вешивать шарики, гирлянды, повесить жизнерадостные рисунки, уникальные осветительные приборы.

В случае если габариты помещения дают возможность, возможно, расположить детскую площадку с горкой, игровые домики, а еще прибавить различные игрушки. Рекомендовано применить для зала составляющие декора из фрагментов известных мультфильмов, детских сказок.

Собственно, что касается режима работы для детских заведений, тут по сопоставлению со зрелыми заведениями, детское ориентируясь на дневные часы. Подходящее время работы детских ресторанов, кафе, баров с 9.00 до 21.00.

Большой известностью в детских заведениях используют программы потребительской преданности. К примеру:

- Всем небольшим гостям презентуют маленькие презенты или же подарки (шоколадное яичко «киндер-сюрприз)
- Любой ребенок-именинник делается участником особой бонусной программы (скидка на дальнейшее посещение)
- Раскраска или же карандаши в подарок;

В случае если говорить о питании малыша, то здесь уместно естественно же детский рацион, которое в данный момент стал набирать огромную известность в домашних ресторанах. Так как для обычного подъема и развития ребят принципиально рациональное питание. Оно надлежит гарантировать поступление в организм пищевых веществ, базу формирования свежих клеток, внутренних органов и тканей, восполняющих

энергетические затраты организма. Верное питание содействует обычному физиологическому и нервно-психическому развитию ребят, наращивает дееспособность организма сопротивляться заразным болезням, увеличивает функциональность.

При организации детского питания нужно принимать во внимание процессы подъема и обмена препаратов, увеличивающиеся интеллектуальные нагрузки, обусловленные занятиями физической культурой и спортом. Питание надлежит отвечать по численности и качеству потребностям ребят, ввиду чувствительности детского организма, как к недостатку, например и к излишку пищевых веществ.

Таким образом, можно провести статистику. На сегодняшний день ресторанов с детскими зонами становится все больше и больше, только в городе Екатеринбург есть 42 учреждения общественного питания с детскими и игровыми комнатами, а в Челябинске 34 заведения.

Если взять Свердловскую область и 3 первых городов по численности населения, то в Нижнем Тагиле их 20, а в Каменске-Уральском тока 3 заведения.

Но почему так? Неужели в маленьких городах нет детей? Родители тоже хотят водить детей в развлекательные центры и кафе, но чтобы им там было интересно их нужно обязательно заинтересовывать. Тем самым актуальность этой проблемы сохраняется.

ГЛАВА 2. РАБОТА С ДЕТЬМИ В УСЛОВИЯХ РЕСТОРАНА

В первую очередь, стоит задача отвлечь и развлечь малыша, чтобы родители имели возможность безмятежно провести время.

Во-2-х, надо попытаться перевоплотить поход в ресторан в праздник для малыша. Устроить все возможное, чтобы ребенку понравилось заведение и в следующие выходные он приведет родителей как раз сюда.

В-третьих, следует помнить, собственно, что всякому ребенку нравится чувствовать себя взрослым. Вследствие этого для ребят должен быть отдельное детское меню, блюда из которых они выбирают самостоятельно. Должно быть обособленное место, в котором малыш может играть с другими ребятами и заниматься собственными «взрослыми» делами, и не мешать, собственным родителям, отдыхать. В случае если эти условия будут соблюдены, «сарафанное радио» удовлетворенных родителей приведет в ресторан или же кафе с детской комнатой ещё больше потребителей. Домашняя атмосфера дорогого стоит. К тому же, до сих пор, в том числе и в больших городках имеется недостаток как раз этих семейных ресторанов для родителей с детьми.

Детские комнаты в ресторане или же в кафе бывают 3 видов:

- Детская комната, всецело отделенная от совместного зала;
- Детская комната в поле зрения родителей. К примеру, огороженная декоративным заборчиком, сетью или смотровыми окошками.
- Детская комната в виде обособленного пространства в общем зале кафе или ресторана.

У всех 3-х разновидностей есть и плюсы, и минусы. Наверное, самый известный вариант на нынешний день – это детская комната в виде обособленного пространства в зале. При этом это место, даже может быть не постоянным, а время от времени меняться в момент прихода потребителей с

детьми. Пространство для ребят организуется довольно быстро. Надо лишь только условно огородить пространство, поставить детскую мебель (например, из Икеа), положить на столы раскраски, карандаши и фломастеры и разбросать по всему пространству игрушки. Эта организация детской комнаты в кафе или же в ресторане считается более рациональной. К тому же, все малыши находятся у родителей перед глазами, собственно, что довольно принципиально для особо волнительных мам. Но, несмотря на все вышесказанное специально разработанная и обособленная детская зона абсолютно точно понравится ребятам. Так как там они станут испытывать себя самостоятельными, «взрослыми». Большие рестораны даже выделяют под эти цели большущий зал или же весь этаж. И от недочета клиентов по выходным они уж буквально не мучаются.

2.1 Моделирование детской зоны.

Что такое детское моделирование? Данный процесс очень хорошо развивает малыша. А еще это ещё и блистательный образовательный инструмент. Применяя моделирование в детской комнате, возможно, содействовать развитию музыкальности у детей, усвоению несложных математических представлений, ознакомить детей с природой.

Детское моделирование очень хорошо содействует креативному развитию, может помочь в знании нашего мира и в развитии детей. В обучении детей используют всевозможные виды моделей, к примеру: графические модели – это схемы или же графики. Замечательным случаем графической модели считается календарь погоды – малыши его заполняют при поддержке всевозможных значков. К примеру, сейчас предстояло солнце – означает, рисуем солнышко в клетке на нынешний денек.

Принцип замещения лежит в базе моделирования. То есть, настоящий предмет, возможно, заместить в работы ребят другим символом, предметом

или же изображением. Наконец, моделирование в детской зоне ведется на материале, который отлично символом ребятам. При этом применяются познания, которые были получены в обыденной жизни или же на занятиях. Вначале моделируются отдельные определенные истории, а несколько позднее моделируются модели, которые имеют что-нибудь сплошное меж собой. Обучать моделированию проще, в случае если применить уже готовые системы и материально – технические базы.

При формировании обобщенных представлений, некоторых мнений, раскрытии взаимосвязей и закономерностей я предлагаю опираться на всевозможные модели. Само освоение построения моделей включает в себя 2 поочередных шага: возведение модели по истории и по личному плану, т.е. моделирование вступает в функцию планирования работы. Для наших воспитанников, возможно, сделать прекрасные обстоятельства, обеспечивающие вероятность возведения модели и обстоятельства для знакомства с ее особенностями.

Познавательные и творческие способности наших учеников развиваются в процессе применения, а вслед за тем и построения моделей, отражающих ассоциации (животного и растительного мира, всевозможных природных зон Земли с критериями жизни в них). Малыши с интересом знакомятся с флорой и фауной природных зон Земли (тундры, тайги, пустыни и др.). Выясняют о воздействии критерий жизни, а например, получают представления о том, как конфигурации находящейся вокруг среды воздействуют на внешний вид животных.

Не считая этого, мы используем модели-макеты и знаковые модели: чертежи, наброски, звуковые модели, модели услуг, отражающие структуру текстов в предложении. К примеру, в ознакомлении с природой модель растения: лист, корень, ствол. Модель погодных условий существования: свет, тепло, температурный режим, количество воды, конфигурация листа, стебля, корня может помочь ребятам, квалифицировать в какой территории проживает это растение, сколько надо ему воды.

Воспринимать связи между строением организма животных и растений и средой обитания, условиями их жизнедеятельности могут помочь образные модели – схемы. Рассматривая их, по сравнению, думая, малыши начинают постигать объективную причинность, существующую в природе.

Серия линий из полосок, различающихся по величине, мы пользуемся в качестве модели самых различных отношений между предметами: дела между животными по мощи, между птицами или же цветами по красе, между спортивными командами по пространству, занимаемому в розыгрыше.

Мы пользуемся модели подвидов отношений (родом именуется больше сплошное, обликом больше частное), к примеру: лес – береза, ель, сосна.

На упражнениях «Логика», которые ведутся периодически, малыши ознакомились с формами пространственных моделей, а это разрешает воспользоваться законами верного мышления. Более любима ребятами 1 из таких моделей - это схема, где более общее - родовое понятие изображено большущим кругом, а более приватные видовые мнения - оказавшиеся внутри его маленькими кругами. Применяя рисунки, на коих изображены люди: мужчины, дамы, взрослые и дети – оформляют модель из 2-ух кругов: взрослые – мужчины и дамы, дети – девчонки и мальчишки. Различные животные или же облики машин грузовые и легковые и т.д. классифицируются символами большими и маленькими кругами.

Размещение иллюстраций - 1-ый шаг к моделированию отношений между понятиями.

Наши воспитанники воспринимают не только содержание картинки предметов или же изображений, но и просто систематизируют их, а для этого мы используем закономерные схемы, отражающие дела между знакомыми ему группами предметов и явлений и это приводит к классификации не самих вещей, а познаний о вещах.

Это моделирование выстроено по программке Л. А Венгера «Развитие», которая ориентирована на становление интеллектуальных и художественных возможностей ребят. Становление интеллектуальных

возможностей учитывает становление мышления и речи. Совместно с развитием речи приобретаются способности интеллектуального труда, улучшается умение разбирать, изъяснять, аргументировать, рассуждать. Наши воспитанники со вниманием станут осваивать средство, определяющие развитие их интеллектуальных возможностей.

2.2 Моделирование игровой комнаты.

«Атмосфера игровой комнаты очень принципиальна, потому что тут появляются первые эмоции малыша. Создание быта, которая казалась бы ребятам дружеской, требует просит подготовительного планирования, усилий и деликатного осознания того, каково это – чувствовать себя ребенком».

Для увеличения производительности работы игрового терапевта нужно специальное оснащенное помещения. Например, как в процессе игровой терапии малыши достаточно нередко сильно шумят, лучше, чтобы игровая зона находилась в этом пространстве, где малыши, с одной стороны, меньше всего не мешали бы и не отвлекали других, а с другой – были бы защищены от расспросов родителей или же иных людей о том, собственно, что же малыш там проделывал. Хотя некоторые ученые предлагают создавать эту комнату звуконепроницаемой, но в действительности это чаще всего нельзя. Игровую комнату лучше располагать вблизи с туалетом, собственно, что позволит убрать кое-какие дополнительные трудности.

Не считая пространства месторасположения, большой смысл содержит размер игровой комнаты. По мнению некоторых создателей, лучше всего применить помещение площадью приблизительно 3,5x4,5 м, потому что малыш в данном случае располагается вблизи от терапевта в процессе игровой терапии, собственно, что разрешает сделать лучшую дистанцию между ними. Впрочем, игровая горница аналогичных объемов размеров

оптимальна для работы при персональной терапии. Массовая терапия в подобной комнате подразумевает работу в одно и тоже время не больше чем с 2-мя ребятами. Для проведения массовой игровой терапии с большущей численностью ребят желательна комната площадью не менее 25 кв. м.

Комната обязана обеспечивать ребенку защиту во время проведения сеансов игровой терапии, вследствие этого в ней не надлежит быть внутренних окон и застекленных дверей. При наличии окна на наружной стене оно должно закрываться жалюзи или же занавесками, которые при необходимости, возможно, было бы задернуть.

Желаемым покрытием для пола считается кусковой линолеум, части которого просто умываются и при надобности элементарно заменяются. Не рекомендовано применить ковры и паласы, например как, с одной стороны, их непросто содержать в чистоте, а с другой – они имеют все шансы быть восприняты ребенком как намек на то, собственно, что он обязан быть осмотрительным и аккуратным, собственно, что неизбежно повлечет за собой увеличение уровня тревожности малыша.

Стены игровой комнаты лучше окрасить в светлые тона. Ведущее соображение тут, как и при оформлении, других составляющих внутреннего убранства комнаты, – простота уборки. При этом лучше игнорировать назойливых разрисовок и ярчайших пятен. Вдоль стен лучше разместить прикрепленные к ним полки, на которые возможно поставить игрушки и другой игровой материал.

Для игровой комнаты обязана быть выбрана мебель с жесткой древесной или же пластмассовой поверхностью. Тут необходимы детский стол, 3 стула (один из них для взрослого), полки для игрушек.

Так как комната игровая, важная часть это игрушки. Какие же должны быть игрушки и мебель, чтобы она приносила ребенку не только радость, но и пользу? Определим сначала, что именно развивает у ребенка Игровая зона?

1. Малыши крепят собственную физиологическую форму.

Физическая работа, спорт. Игровые упражнения, зарядка, корпоративные виды спорта, интерактивные представления с постепенным вовлечением в игру всё наибольшего и наибольшего количества ребят. Особой смысл имеют состязания и рейтинговые бои меж ребятами – это может помочь определиться в личной самооценке и выучиться биться за себя, за собственные ценности, например, как за совместные цели и задачи. Ключевое превосходство предоставленной формы физиологического воспитания – становление и закрепление мускул, поддержание верной осанки, сохранение и совершенствование выносливости, ускорение метаболизма, кровообращения. Всё это в равной степени оказывает позитивное воздействие на умственные особенности малыша.

2. Развивают фантазию, ловкость, логическое мышление.

У малыша начинает развиваться логическое мышление. По мере освоения языка он имеет возможность представить мир через словесные образы, знаки. Ребенок осознает сказку без опоры на иллюстрацию. Неплохим упражнением для становления логики станет рассмотрение сказки впоследствии ее чтения:

- пересказ,
- рассмотрение отдельных событий (почему они произошли),
- фантазирование на тему — собственно, что было бы, в случае если бы ключевой герой поступил иначе.

Малыш начинает воспринимать разность между предыдущим и грядущим, в этой игре появляется понятие «понарошку». Это выделяет вероятность изъяснять ребенку причинно-следственные связи меж его действиями и образовавшимися ситуациями. Правда здесь есть ряд аспектов: малютка принимает действительность лишь только с одной точки зрения — взять позицию иного человека ему непросто. Вследствие этого лучше разыгрывать эти истории в игре, когда ребенок имеет возможность побывать в различных ролях.

Малыш способен проводить некоторые закономерные операции, но они нередко основаны на интуиции, а не на логике. В случае если предложить сопоставить 2 однообразные группы кубиков, но в первом случае они станут разложены по полу, а во втором свалены в кучу — то малыш имеет возможность заявить, собственно, что 1-ая группа больше, т.к. она зрительно больше.

3. Улучшают координацию движений.

Становление координации движения у ребят содержит большое смысл, например как слаженная работа мускул тела считается условием его нормального роста и развития. Как раз вследствие этого родители обязаны тренировать у детей ловкость, подвижность и ритмичность с раннего детства. Становление координации движения у ребят подразумевает не только улучшение производимых ребенком движений. Это, прежде всего, согласованное взаимодействие процессов возбуждения и торможения в коре головного мозга малыша, создающих подходящие обстоятельства для координированной работы центральной нервной системы в целом. Как раз вследствие этого развитие координации движений у ребят считается довольно необходимой задачей, выполнение которой ложится на плечи родителей и воспитателей. Упражнения для становления координации движения считаются частью программки детских дошкольных учреждений. Но родители еще имеют все шансы принимать участие в данном процессе, организовывая всевозможные подвижные игры и выполняя с ребятами упражнения на ловкость в семейных критериях, во дворе или на даче.

4. Развивают моторику.

Мелкая и крупная моторика. Физическое воспитание заключается не только в развитии силы, выносливости и укреплении иммунитета. Принципиально, чтобы у малыша с ранних лет, верно, развивалась реакция и сосредоточение. Для этого нужно трудиться над мелкой и крупной моторикой. Для первого великолепно подходят бисероплетение, вязание, создание аппликаций. Лепка, конструирование картин из круп и макаронных

изделий, раскрашивание и т. д. Для 2 – игры с мячом (броски от 1-го к другому), работа с большими составными частями конструктора (пирамида, кубики), задания на реакцию (танцы под музыку на время вокруг стула, прохождение трассы на время и прочее).

5. А также общаются со сверстниками и заводят новых друзей.

Таким образом, присутствие детской игровой комнаты решает проблему родителей, как осуществить ребятам досуг разумно и максимально забавно. В то время как родители занимаются собственными делами, малыши забавляются в безопасности. Они присутствуют под постоянным присмотром опытных педагогов, которые окружают их заботой и интересом.

Поймем некоторое количество самых популярных игр и вещей, которые встречаются в игровой комнате. К примеру, лабиринт. Лабиринты бывают различных объемов и с различными функциями. Детский лабиринт – всеми любимое развлечение, которое порадует детей различного возраста. Чаще всего эта потеха, как игровые лабиринты увидеть в торговых центрах, на площадках, а еще в детских развлекательных комплексах. Детский игровой лабиринт использует спросом у детей от года и старше.

Трёхуровневый лабиринт с сухим бассейном и большущий горкой - трубой предназначен для ребят от 3 до 12 лет. Игровой лабиринт оборудован развивающей панелью "Крестики - нолики".

Игра в лабиринте развивает у ребят способности пространственной фантазии, ориентирования на территории и содействует физиологическому развитию, как и любой активный отдых.

Есть такой вид развлечений как Батальные комплексы. Батальные комплексы, не так давно появившиеся на российском рынке, станут "изюминкой" любой детской игровой комнаты. Эта увлекательная и активная игра украсит и привлечет немало постоянных посетителей, поскольку этот вид развлечения не надоедает и долго занимает детей.

Батальный комплекс состоит из воздушных пушек, мишени, шариков и технических приспособлений. Варианты исполнения, площадь, количество пушек и тематика павильона различные.

Воздушная пушка – интересный аттракцион для взрослых и детей.

Его главные преимущества - простота и удобство в использовании, быстрая окупаемость.

Шарики для аттракциона «Воздушные пушки» выполнены из плотного полиуретана, окрашенного стойкими красителями в различные яркие цвета. «Снаряды» не теряют яркость и форму даже при длительном использовании.

Механизм работы воздушной пушки прост: в магазин пушки закладываются легкие поролоновые шарики, затем нажимается кнопка на ручке и движимый потоком воздуха шарик вылетает из ствола. Воздух сжимается компрессором, расположенным вне аттракциона.

Аттракцион «воздушная пушка» может быть установлен на улице в специальном павильоне или в помещении, также часто батальный комплекс является частью игрового лабиринта.

Пушки могут размещаться, как напротив друг друга при этом игроки стреляют друг в друга, так и напротив мишени, которая, при попадании шарика, мигает и издаёт различные звуки.

Батальные комплексы универсальны и подойдут для проведения досуга самых детей от 3 лет. Они развивают точность, фантазию и мышление ребенка.

Возьмем такую функцию как моторика. Моторика – это двигательная активность организма или отдельных органов. Под моторикой понимают последовательность движений, которые в своей совокупности нужны для выполнения какой-либо определённой задачи. Для ее развития отлично подойдет мягкий конструктор.

Придумать и воплотить грандиозное архитектурно-игровое сооружение в детских владениях позволит мягкий конструктор для детей. Блоки различных геометрических форм, размеров и цветов вдохновят маленького

фантазера на неосознанное изучение дизайнерских и строительных наук. Яркие мягкие модули конструктора безопасны для здоровья детей и полезны для развития творческих способностей. Возможности мягкого конструктора на самом деле очень велики, например:

1. Развитие логического мышления.
2. Увлечение физической культурой.
3. Знакомство с основами геометрии.
4. Обучение математике, счету, решению практических задач.
5. Создание оригинальных мягких мебельных конструкций для детей и их игрушек.

С мягким конструктором можно построить домик, игровой транспорт, спортивную полосу препятствий, грандиозный гаражный комплекс, уютный кукольный интерьер и многое другое. Купить мягкий конструктор можно в одном или нескольких наборах — это игрушка будет актуальной с ясельного периода до подросткового возраста. Дети увлеченно играют с крупными конструктивными формами, которые позволяют не только построить сооружение, но и активно задействовать его в игровой деятельности.

Чаще всего в игровых комнатах оставляют детей с 3-х лет, но бывают и родители которые приходят с маленькими детьми, например 1.5-2 года. О таких детях мы тоже можем позаботиться. Например, интерактивные сенсорные панели.

Современным малышам предстоит жить в мире технологий, компьютеров, различных технических приспособлений. И начать обучать его обращению с умной машиной следует по возможности раньше.

В этом плане самым оптимальным вариантом будут интерактивные сенсорные панели. В чем их преимущество?

- 1) они безопасны для здоровья ребенка;
- 2) подходят для малыша с 1,5 - 2 летнего возраста;
- 3) развивают мышление, осознание причинно-следственных связей;
- 4) учат управлять голосом - его высотой и громкостью;

Вашему малышу понравится, что интерактивная панель меняет свое оформление по его желанию. Ему достаточно произнести определенным образом звуки, потопать или похлопать - ведь в панель встроены звукочувствительный элемент, который реагирует на частоту звуков, и рисунок на экране изменится в зависимости от действия ребенка. Так он будет командовать панелью.

Таким образом, можно сделать вывод, что для каждого ребенка можно найти свою программу и увлечение по душе. Не важно, будет это детская комната или игровая, в каждой из них есть своя польза.

2.3 Персонал.

Начинать искать персонал для работы в игровой комнате нужно за полтора - два месяца до предполагаемого открытия. Привлечение к работе неподходящего человека порой влечет за собой неприятные последствия: плохое обращение с детьми, отсутствие порядка в комнате, порча оборудования и даже утаивание от собственника выручки. Поэтому важно подойти к этому этапу максимально ответственно.

Конечно, идеальный вариант – поработать в игровой комнате самому два - три месяца. Тогда, изучив весь процесс «изнутри», будет легче найти персонал и впоследствии его контролировать. Самый простой способ найти работника – поместить сообщение о найме на доску объявлений.

Кроме того, чтобы сотрудник любил детей и умел с ними общаться, он должен выполнять следующие задачи:

1. обеспечивать безопасность детей во время их нахождения в игровой комнате.
2. проводить ознакомительные мини-экскурсии, показывая малышам, что и где расположено.
3. следить за исправной работой имеющегося оборудования.

Если говорить о качествах человека и его умениях, то тут тоже будет разделение на игровую и детскую комнату.

Для детской зоны нужен человек обязательно с педагогическим образованием и опытом работы с детьми. Так как именно педагог сможет научить и развить качества, которые нужны ребенку.

Как писал К. Д. Ушинский, «В воспитании все должно основываться на личности воспитателя, потому что воспитательная сила изливается только из живого источника человеческой личности».

В процессе преобразующей деятельности воспитателю постоянно приходится вести творческий поиск наиболее оптимальных решений педагогических задач, организовывать смелые и тонкие эксперименты, ибо в своей основе «педагогический труд — настоящий творческий труд стоит близко к научному исследованию. Эта близость, родство, — справедливо отмечает В. А. Сухомлинский, — заключается прежде всего в анализе фактов и необходимости предвидеть». Все это требует от него самостоятельности, находчивости, способности к творчеству. На развитие воображения, формирование установки на творчество как неременного условия успешности в педагогической деятельности указывают в своих работах Е. А. Аркин, А. А. Бодалев, Ф. Н. Гоноболин, С. В. Кондратьева, Н. В. Кузьмина, В. А. Слостенин и др.

Влияние взрослого на ребенка протекает чаще всего путем бесед, игр, занятия - развлечений и т. п. Успеху в этом процессе в значительной степени способствует эмоциональная выразительность, общительность педагога. Важную роль в общении с детьми играет способность воспитателя управлять собой и другими людьми, не раздражаться, своевременно и незаметно для окружающих преодолеть, «погасить» в себе негативные реакции в ответ на непослушание ребенка, некорректное поведение родителей и т. п. Работа воспитателя требует проявления эмоциональной устойчивости, сдержанности, терпения, выдержки, великодушия.

Если же говорить об игровой комнате, то здесь нужны молодые и активные люди, которые готовы развлекать и находить особый подход к детям. На сегодняшний день их называют аниматоры.

Аниматор - это актёр с наличием костюма и конкурсной программы для возрастных групп от 3 до 14 лет. Аниматор может работать один или в составе группы. Наиболее ярко работа детских аниматоров проявляется при организации детских праздников. Аниматор это смесь актёрского мастерства, импровизации и циркового лицедейства. Но самое главное, что аниматор должен сам быть немного ребёнком, дабы найти контакт с юными созданиями на празднике. Помимо всего аниматор должен иметь подходящий типаж для определённого персонажа, фигура и рост имеют положительное значение для сходства с героем сказки или мультфильма.

Именно аниматор в игровой зоне, может не только присматривать за детьми, но и играть с ними во все возможные игры. Каким же должен быть современный детский аниматор?

1) Грамотная речь.

Это очень важный вопрос. Кто-то не обращает внимание, но парочка неверных ударений в словах или просьба «ложи сюда» значительно портят репутацию. А фраза «твой день рождения»? Это же ДЕНЬ! ОН! ТВОЙ! И никак по-другому.

Сарафанное радио такого аниматора друзьям никогда не передаст, надо это помнить.

2) Умение подбирать образ.

Есть, конечно, гениальные артисты, которые удивительно перевоплощаются в кого угодно. Но лично мне приходилось наблюдать за пиратами и капризными принцессами, которые по темпераменту и внешним данным на эти роли не подходили. Дети, особенно маленькие, не скрывают свое разочарование, говорят вслух все, что они думают.

Опытные актеры, которые уже в силу своего возраста не могут быть супер героями и принцессами, проводят безумно интересные праздники в

образах звездочетов, добрых фей, волшебников, мудрецов или «бывалых» пиратов.

3) Требования к внешнему виду.

Да, это тоже важно. Дети обращают внимание на детали (пусть их будет много). Посреди программы могут спросить, почему у пирата обычные сапоги, а у принцессы на руке «часы как у мамы».

Реквизит — отдельный вопрос.

4) Уравновешенность в поведении.

Такой аниматор приходит заранее, «заряжает» реквизит, проверяет звук, а во время представления не подглядывает после каждого конкурса в сценарий. Нет неловких пауз, вовремя включается музыкальное сопровождение, дети ни на секунду не теряют интерес к происходящему.

Артистичность, это, конечно, очень хорошо. Но иной раз дети вздрагивают от визгливой клоунессы, которой почему-то кажется, что она говорит очень смешным голосом. К счастью, большинство аниматоров чувствуют, какой нужно выбрать темп речи, регулируют громкость и подстраиваются под настроение детей.

6) Аккуратность.

Это видно во всем с момента появления аниматора на пороге. Родители успевают почувствовать запах сигарет, увидеть неопрятную обувь и грязную сумку для реквизита. Впоследствии первое впечатление подтверждается наличием мятого костюма и свалкой использованного реквизита в углу комнаты, которая постоянно попадает в кадр во время съемки.

7) Готовность к неожиданным ситуациям.

Кто-то вдруг громко плачет, обижается, стесняется или, наоборот, не может сосредоточиться от перевозбуждения, бежит без остановки и громко хохочет.

А еще внезапно обрывается музыка, отключается свет, рвется и ломается реквизит, пропадают нужные предметы. Количество детей может оказаться гораздо больше, чем планировалось. Или, наоборот, все

разболелись, и праздник нужно провести с двумя малышами, и весь ваш продуманный сценарий необходимо заменить.

Как правило, все учатся на собственных ошибках. Все предусмотреть нельзя, но к самым распространенным форс-мажорным ситуациям лучше подготовиться заранее.

8) Таланты.

Естественно, не все, что я сейчас перечислю, должен уметь каждый детский аниматор. Но если вдруг есть какой-то навык, который выделяет такого профессионала из массы других, это огромный плюс.

Так вот. Нужно уметь:

1. хорошо петь и знать слова детских песен, даже если они звучат с плюсовой фонограммой;
2. красиво танцевать и знать простые и эффектные движения не только для малышей (топ-топ, хлоп-хлоп), но и для детей школьного возраста;
3. несколько танцев - игр с движениями нужно иметь в запасе, и исполнять их без суеты и путаницы;
4. делать простые трюки с мыльными пузырями;
5. фигуры из шаров-колбасок (твистинг);
6. проводить разнообразные мастер-классы (пусть это будет самое элементарное декорирование предметов, аппликация, изготовление магнитов, амулетов и т.д.);
7. показывать мини-спектакль с куклами-рукавичками играть на музыкальных инструментах (деревянная флейта, мини-синтезатор, гармошка и т.д)

9) Знания интересов детей по возрасту.

Вот это самая трудная часть работы детского аниматора. Только представьте! Нужно посмотреть все серии «Лунтика», «Фиксиков», «Софии Прекрасной», «Гарри Поттера» и «Властелина Колец». Знать, что примерно проходят в каждом классе по разным предметам, уметь пользоваться приложениями на планшетах и смартфонах не хуже десятилетних детей.

10) Совершенствование программы.

Это нужно делать не только потому, что дети могли видеть вас в гостях у друзей и запомнили все конкурсы слово в слово, хотя в маленьких городах такое бывает часто. Дополнять интересными современными заданиями старые сценарии вынуждает сама жизнь: слишком быстро меняется мир вокруг нас, слишком большой информационный поток льется на нас и наших детей.

11) Использование технических новинок.

Если речь о школьниках (даже первоклассниках), вы не уйдете без селфи. Ну им же что-то нужно разместить в социальных сетях! Поверьте, им будет приятно, если и детский аниматор на свой телефон сделает несколько снимков с вами и пообещает, поместить фото на своих страничках Вконтакте и Instagram.

Какое детство без мыльных пузырей.

Каждый взрослый человек помнит свои детские изобретения мыльных пузырей. Ингредиенты использовали самые разные: остатки мыла, втайне от мамы шампунь, а позже, активно шло в мыльные пузыри средство для мытья посуды. Надували пузыри трубочками от ручек и фломастеров. Стоило нашим родителям один раз предложить сделать мыльные пузыри дома, и мы увлеченно занимались этим и зимой и летом: в теплое время года на балконе, из окна или во дворе (постоянно бегая за очередной порцией жидкого мыла), а зимой в ванной комнате мы устраивали настоящую мыльную феерию.

Современные дети имеют возможность не только делать пузыри привычных размеров в домашних условиях, но и видеть настоящие профессиональные шоу мыльных пузырей. Такие шоу не перестают удивлять, ведь артисты, не останавливаясь, совершенствуют свои навыки и не устают экспериментировать с мыльными пузырями. В раствор добавляются все новые и новые секретные составляющие, создаются новые формы, тестируются новые рамки и трубки. Шоу мыльных пузырей для

детей завоевало любовь и взрослых - после чего реквизит стали производить на заводах.

В агентстве в шоу мыльных пузырей для праздника артисты используют самые качественные мыльные растворы, с которыми ловко создают очень сложные фигуры и элементы. Растворы абсолютно безвредны для детей, поэтому каждый желающий ребенок на детском празднике может попробовать сделать большие, огромные или гигантские пузыри. И не нужно переживать за костюмы мальчишек и девчонок - после шоу на одежде не останется пятен от мыльных пузырей.

Аквагрим - это веселые, яркие рисунки на лице, которые радуют не только детей, но и взрослых.

На многих праздниках просто нельзя обойтись без аквагримера, например, на Хэллоуин. В этот день даже взрослые не могут отказаться от нанесения ужасных и одновременно симпатичных рисунков. А также, на детских праздниках, поддавшись задорному настроению, мамы и папы отважно наносят на свои лица бабочек, тигров и котиков. А дети и подавно.

Бумажное шоу.

По отзывам ребят от 9 лет - это самое лучшее шоу и развлечение на праздниках: можно и потанцевать и поиграть, это необычно и очень весело!

Детишки от 3 лет рассказывают, как весело им было резвиться с облаками или снежными сугробами!

А мамы говорят: «Жаль, что нужно было фотографировать – так хотелось играть самой!!»

Совершенно разные впечатления от бумажного шоу для детей. Но абсолютно одинаковый восторг у больших и маленьких.

Большой опыт работы на детских мероприятиях позволил сделать нам бумажное шоу для детей фантастически веселым! Никаких скучных и занудных конкурсов! Только жизнерадостные артисты, позитивная атмосфера, энергичные конкурсы и первоклассный реквизит.

Бумажное шоу для детей делает любой праздник уникальным. Казалось бы, оно состоит из довольно простых вещей, но, благодаря масштабу, дарит безграничную радость каждому ребенку и взрослому.

Таким образом, можно сделать вывод, что персонал нужно подбирать очень тщательно и внимательно. Ведь каждое заведение по своему уникально и персонал, который работает в этом заведении тоже должен быть по-своему уникальным. И важно не забывать какая у вас комната, детская или игровая.

Персонал представляет собой конкурентное преимущество. Если родители знают, что в данном заведении есть хороший воспитатель или аниматор, то можно будет не просто приходить сюда с ребенком отдыхать, но и устроить ему здесь праздник, например день рождения, 8 марта или 23 февраля.

Проведение детского праздника.

В зависимости от возраста детей, аниматоры могут предложить различные сценарии праздника. Для совсем маленьких делок продолжительность мероприятия обычно ограничена, так как они быстро устают. Также для них не проводятся какие то сложные игры. Для детей постарше уже предлагаются игры с элементами соревнований, за которые они получают награды. Так же игры могут происходить в виде какой то истории или по мотивом сказки. Это может быть как охота за сокровищами, так и мультфильм «В поисках НЕМО».

Если говорить в общем, то программа на детский праздник (день рождения) может состоять примерно из следующих частей:

1. Знакомство аниматора с детьми.
2. Разговорные игры: загадки, каверзные вопросы и т.д.
3. Подвижные игры, суть которых обычно совпадает с тематикой праздника.
4. Игры с воздушными шарами.
5. Создание поздравительной открытки или плаката для именинника своими руками.

6. Поздравления именинника: «Каравай», задувание свечей на торте.
7. Нанесение на лицо детей аквагрима.
8. Фотографии с аниматорами.

Иногда предлагается и такое любимое детьми развлечение, как шоу мыльных пузырей или другие виды программ которые предоставляет данная организация.

Если день рождения проводится на улице, то смело можно расширить масштабы проведенного праздника. НЕ боятся что то либо сломать или замарать.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Подводя итоги можно сделать вывод:

Актуальность исследования сохраняется, как для эконом, так и для премиум класса потребителей и производителей. Это востребовано на сегодняшний день не только в больших городах, но и в маленьких. Тем самым развитие страны нужно обращать внимание на проблему моделирования детских зон в организациях общественного питания.

Мы рассматривали такие вопросы как:

- Компетенции управляющего.

Главной задачей было разработать те навыки и умения, которыми должен обладать управляющий семейного ресторана. В исследовании выявлены основные качества и особенности, опираясь на психологию человека и его практические умения. Персона особой важности, персона VIP – класса, это управляющий, поскольку он отождествляет дух самого заведения, он является хранителем традиций заведения и управляет процессами. Он несет ответственность за каждый живой и неживой объект на квадратном метре организации. И это относится как к собственнику так и к руководителю. Задача сделать ресторан прибыльным с точки зрения бизнеса, и востребованным с точки зрения клиентского спроса!

На этой основе можно выделить 3 главных навыка управляющего:

- 1) общие положения и обязанности;
- 2) компетенции;
- 3) должностные обязанности;

Ресторанный бизнес построен на основе конкуренции, в его условиях одним из ключевых факторов успеха предприятия общественного питания становится реализация маркетинговых принципов, позволяющих ресторану максимально приблизиться к своим потребителям.

В работе исследованы пять этапов маркетинговой деятельности в организации общественного питания:

- 1) постановка целей;
- 2) анализ макросреды;
- 3) анализ мирового рынка;
- 4) комплексный анализ рынка общественного питания;
- 5) изучение особенностей потребительского поведения и сегментация рынка;

Решением проблемы послужили именно эти 5 этапов, которые помогли нам разобраться в данном вопросе.

Материально – техническая база детской зоны в учреждениях общественного питания. К специфическим показателям, характеризующим материально-техническую базу общественного питания, относят производственную мощность кухни и пропускную способность банкетного зала.

Детская игровая комната – это место проведения досуга ребенка или группы детей под присмотром сотрудников заведения. Она нуждается во множестве нюансов и факторов для полного развития ребенка. Главным вопросом в этой проблеме являлось: «С чего начать?».

В реализации идеи игровой комнаты самое главное – найти удачное месторасположение. В небольших городах с плохо развитой индустрией детских развлечений и торговых центров такая площадка будет не только обслуживать посетителей заведения, но и привлекать родителей, которым нужно пристроить ребенка на пару часов и отлучиться по своим делам. Ну и, конечно же, малышня может приходить в игровую комнату вместе с родителями просто так, ради развлечения: поиграть, побегать, пообщаться с другими детьми. Если подходящее место уже нашлось, все остальное не представляет больших трудностей. Процедура гос. регистрации бизнеса по организации игровой комнаты стандартна: оформляете ИП и выбираете льготную налоговую схему (УСН, патент или ЕНВД). Лицензирования такая деятельность не требует. Разрешений Роспотребнадзора и пожарной службы получать не нужно, но при подготовке помещения необходимо руководствоваться санитарными нормами для дошкольных организаций. К

квалификации и образованию сотрудников игровой комнаты особых требований не предъявляется.

- Маркетинговое исследование, заключалась в анкетировании и статистики больших и малых городов.

Анкетирование был произведен не только среди обычных потребителей, но и самих предпринимателей и рестораторов. На фоне этого можно сделать выводы, что на сегодняшний день ресторанов с детскими зонами становится все больше и больше, только в городе Екатеринбург есть 42 учреждения общественного питания с детскими и игровыми комнатами, а в Челябинске 34 заведения.

Если взять Свердловскую область и 3 первых городов по численности населения, то в Нижнем Тагиле их 20, а в Каменске-Уральском тока 3 заведения.

Но почему так? Неужели в маленьких городах нет детей? Родители тоже хотят водить детей в развлекательные центры и кафе, но чтобы им там было интересно их нужно обязательно заинтересовывать.

- Моделирование детской и игровой зоны.

Используя моделирование в детской комнате, можно способствовать развитию музыкальности у малышей, усвоению простых математических представлений, ознакомить ребят с природой.

Детское моделирование комнаты отлично способствует творческому развитию, помогает в познании нашего мира и в развитии малышей. В обучении малышей используют различные виды моделей, к примеру: графические модели – это схемы или же графики. Отличным примером графической модели является календарь погоды – дети его заполняют при помощи различных значков.

Для решения данной проблемы мы использовали множества литературы по психологии и педагогике связанные с воспитанием детей. Основы взяты из исследования Л. А. Венгера. Его теория в основном

основывалась на моделировании самого детского сознания. Именно его научные исследования дали начало в моделировании детской зоны.

Таким образом, моделирование детской зоны позволит решать вопросы не только с тем, чтобы родители могли водить детей с собой в рестораны и кафе, но и в самом развитии и воспитании ребенка. Моделирование – это программа, специально разработанная для развития компетенций у ребенка.

Проблема воспитания и развития может решиться, если приложить к этому немного сил и творческого мышления. Ведь каждый педагог, психолог или управляющий рестораном, который хочет дать начало развитию детской зоны, должен быть в душе немного ребенком.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные документы.

1. СанПин 2.4.1.3049-13 (с изм. от 04.04.2014) "Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных образовательных организаций"
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) "О защите прав потребителей"
3. Приказ Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека №402 – 2015
4. Приказ «Государственный пожарный надзор» (ГОСТ Р 52169-2003, ГОСТ Р 52168-2003, ГОСТ Р 52167-2003, ГОСТ Р 52299-2004, ГОСТ Р 52300-2004, ГОСТ Р 52301-2004)

Учебные пособия и монографии

1. Санитарные правила для организаций общественного питания. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 42 с.: 84x108 1/32. - (Торговля и общественное питание; Вып. 1). (о) ISBN 5-16-001002-5
2. Экономика торговли [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.С. Шелег [и др.]; под общ. ред. Н.С. Шелега, Р.П. Валевиц. – Минск: Выш. шк., 2012. – 559 с.: ил. - ISBN 978-985-06-2110-8.
3. Организация торговли: Учебник / С.И. Жулидов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0560-9, 500 экз.
4. Управление организацией: Учебник / А.Г. Поршнева, Г.Л. Азоев, В.П. Баранчев; Под ред. А.Г. Поршнева - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 736 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-009693-3, 100 экз.

6. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: Учебное пособие / Под ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 349 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0137-7, 500 экз

8. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-804-5, 1000 экз.

10. Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.: 84x108 1/32. (обложка) ISBN 978-5-91768-424-6, 500 экз.

11. Градостроительство. Теория и практика: Учебное пособие / Г.А. Потаев. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 432 с.: 70x100 1/16 + цв. ил. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-808-3, 1000 экз.

12. Основы воспитания: Учебное пособие / И.З. Гликман. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.: 60x90 1/16. (обложка) ISBN 978-5-91134-945-5, 400 экз.

13. Широкова, Г. В. Управление предпринимательской фирмой: учебник / Г. В. Широкова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 384 с. - ISBN 978-5-9924-0069-4

14. Кейтеринг: Учебное пособие / Ю.Б.Башин, Н.В.Телепченкова - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 126 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9558-0424-8, 500 экз.

15. Преступление и наказание: криминологическо-психологический анализ: Монография / Ю.М. Антонян, В.Е. Эминов. - М.: Норма: НИЦ

ИНФРА-М, 2014. - 304 с.: 84x108 1/32. (переплет) ISBN 978-5-91768-498-7, 500 экз.

16. Современные проблемы сервиса и туризма, 2015, Том 9. №1 /
Современные проблемы сервиса и туризма, Том 9. №1, 2015

18. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0175-7, 500 экз.

20. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 192 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0191-5

22. Маркетинговые исследования: Практикум / В.Т. Гришина. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 58 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9558-0348-7, 500 экз.

24. Нетёсова А.В. Маркетинговые исследования факторов и мотивов потребительского выбора на рынке образовательных услуг / Интернет-журнал "Науковедение", Вып. 2 (21), 2014

26. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения: Монография / Под ред. О.К. Ойнер. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 220 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Экономика). (обложка) ISBN 978-5-16-006114-6, 200 экз.

28. Управление персоналом организации: Учеб. / А.Я.Кибанов, И.А.Баткаева и др.; Под ред. А.Я.Кибанова - 4-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 695 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-003671-7, 1000 экз.

30. Управление персоналом организации: Практикум: Учебное пособие / ГУУ; Под ред. проф. А.Я. Кибанова - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:

НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 365 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-001973-4, 500 экз.

32. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.О. Аблязова, М.Г. Аверкин и др.; Под ред. А.П. Егоршина. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 416 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005273-1

34. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 383 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (ВО:Бакалавр.). (п) ISBN 978-5-16-006723-0, 1000 экз.

36. Мандель, Б. Р. Интеллектуальные игры в практике развития профессионально значимых качеств будущих специалистов социально-культурной сферы [Электронный ресурс] : монография / Б. Р. Мандель. - Норильск: Филиал МГУКИ, 2006. - 241 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>

37. Технологии и методы оздоровительного сервиса: Учебное пособие / Е.А. Сигида, В.В. Хмелев и др.; Под ред. Е.А. Сигиды - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-009944-6, 100 экз.

38. Методическая работа в дошкольном образовательном учреждении: Учебник/ВиноградоваН.А., МикляеваН.В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 219 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-011271-8

Журнальные статьи

1. Организация производства на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Е.Б. Мрыхина. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2008. - 176 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0306-3
2. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: Учебное пособие/Т.А.Джум, Г.М.Зайко - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 528 с.: 60x90 1/16. - (Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9776-0369-0, 300 экз.
3. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование; Гостиничный сервис). (п) ISBN 978-5-8199-0334-6
4. Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия Педагогические и психологические науки, 2013, Выпуск 5 / Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия Педагогические и психологические науки, Выпуск 5, 2013
5. Безопасность в техносфере, 2008, №5 / Безопасность в техносфере, №5, 2008

Электронные источники

1. Романович, Ж. А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс] : Учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев; под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. - 284 с. - ISBN 978-5-394-01274-7.
2. Волгин, В. В. Открываю микропредприятие [Электронный ресурс] : Практическое пособие / В. В. Волгин. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. - 584 с. - ISBN 978-5-394-01834-3.

3. Жильцов, Е.Н. Экономика и управление социальной сферой [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Под ред. д. э. н., проф. Е. Н. Жильцова, д. э. н., проф. Е. В. Егорова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 496 с. - ISBN 978-5-394-02423-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513772>
4. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли [Электронный ресурс] : Учебник / О. В. Памбухчиянц. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - ISBN 978-5-394-02189-3.
5. Маркетинг спорта [Электронный ресурс] / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 706 с. - ISBN 978-5-9614-1095-2.
6. Шеменева, О. В. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Под ред. О. В. Шеменевой, Т. В. Харитоновой. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2012. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01147-4.
7. Специальная психология [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.С. Слепович [и др.]; под ред. Е.С. Слепович, А.М. Полякова. – Минск: Выш. шк., 2012. – 511 с. - ISBN 978-985-06-2186-3.
8. Иванова, С. Развитие потенциала сотрудников: Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации [Электронный ресурс] / Светлана Иванова, Дмитрий Болдогоев, Эмма Борчанинова, Анна Глотова, Оксана Жигилий. — 5-е изд. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — 279 с. - ISBN 978-5-9614-4582-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519328>
9. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. Г. Федцов. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 248 с. - ISBN 978-5-394-01726-1.

10. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура [Электронный ресурс] : учебник / Т. Н. Персикова. - М.: Логос, 2011. – 288 с. – (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-467-4.
11. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 552 с. - ISBN 978-5-394-02104-6.
12. Голиков, В. Д. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Д. Голиков. - Уфа: УГАТУ, 2005. - 439 с.: ил. - ISBN 5-86911-472-1.
13. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. Г. Федцов. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 248 с. - ISBN 978-5-394-01726-1.
14. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 384 с. - ISBN 978-5-394-02354-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513091>
15. Шумович, А. Смешать, но не взбалтывать: Рецепты организации мероприятий [Электронный ресурс] / Александр Шумович, Алексей Берлов. — 2-е изд. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-9614-1563-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520066>
16. Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика [Электронный ресурс] : Сборник научных трудов по материалам международной заочной научно-практической конференции 2014 г. № 3 часть 1 (8-1). - Воронеж: ВГЛТА, 2014. - 495 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com>