

Е.Н. Артемова
Н.В. Мясищева

**СОВРЕМЕННЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ.
ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В РЕСТОРАНАХ,
ГОСТИНИЦАХ И ТУРИЗМЕ**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ - УЧЕБНО-НАУЧНО-
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС»

Е.Н. Артемова, Н.В. Мясищева

**СОВРЕМЕННЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ.
ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В РЕСТОРАНАХ,
ГОСТИНИЦАХ И ТУРИЗМЕ**

Рекомендовано ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК»
для использования в учебном процессе в качестве учебного пособия
для высшего профессионального образования

Орел 2013

УДК 642.5+[338.488 : 640.433](075)
ББК 65.431-80я7
А86

Рецензенты:

кандидат технических наук, доцент кафедры
«Технология и организация питания, гостиничного хозяйства и туризма»
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Государственный университет - учебно-научно-
производственный комплекс»
Н.В. Глебова,

доктор технических наук, профессор кафедры
«Технология, организация и гигиена питания»
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Орловский государственный институт экономики и торговли»
Е.В. Литвинова

Артемова, Е.Н.

А86 Современные стандарты обслуживания. Организация питания в ресторанах, гостиницах и туризме: учебное пособие для высшего профессионального образования / Е.Н. Артемова, Н.В. Мясищева. – Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2013. – 245 с.

ISBN 978-5-93932-547-9

В учебном пособии даны современные требования к предприятиям питания, их услугам, обслуживающему персоналу, рассмотрены этапы создания концепции предприятий питания; представлена организация процесса автоматизации с использованием современных систем; описаны прогрессивные технологии и формы ресторанного обслуживания; особенности предоставления питания в гостиницах и туризме.

Предназначено студентам, обучающимся по направлению подготовки 260800.68 «Технология продукции и организации общественного питания», изучающим дисциплину «Современные стандарты обслуживания».

УДК 642.5+[338.488 : 640.433](075)
ББК 65.431-80я7

ISBN 978-5-93932-547-9 © ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1. Основы организации питания на предприятии	6
1.1. Классификация предприятий питания и их оснащение	6
1.2. Требования к предприятиям питания.....	26
1.3. Современное определение комплекса услуг предприятий питания.....	31
1.4. Современные требования к обслуживающему персоналу	39
Контрольные вопросы	95
2. Автоматизация предприятий питания.....	97
2.1. Организация процесса автоматизации	97
2.2. Использование автоматизированной системы «Ресторан + Бар + Кафе».....	104
2.3. Использование автоматизированной системы «R-Кеерер»	107
2.4. Электронное меню «eMenu»	113
2.5. Электронный ресторан	116
Контрольные вопросы	120
3. Современные концепции предприятий питания	121
3.1. Элементы концепции предприятий питания	121
3.2. Интерьер предприятий питания.....	134
3.3. Стили предприятий питания	144
3.4. Необычные концептуальные рестораны мира	149
Контрольные вопросы	157
4. Современные технологии ресторанного обслуживания	158
4.1. Стандарты обслуживания официантами.....	158
4.2. Тренинг персонала – новая форма повышения качества обслуживания	168
4.3. Современные виды банкетного обслуживания	171
4.4. Прогрессивные формы обслуживания	188
4.5. Виртуальный ресторан	204
4.6. Event-маркетинг ресторана	208
4.7. Мерчандайзинг в общественном питании	211
4.8. Анимация на предприятиях общественного питания.....	214
Контрольные вопросы	219
5. Организация питания в гостиницах	220
5.1. Требования к предприятиям питания при гостинице.....	220
5.2. Виды питания в гостинице.....	223

5.3. Организация питания в номерах гостиниц	228
5.4. Организация работы поэтажных буфетов	232
Контрольные вопросы	233
6. Организация питания в туризме	234
6.1. Обслуживание различных контингентов туристов.....	234
6.2. Требования к предприятиям питания, обслуживающим туристов	238
6.3. Услуги питания в пути следования	241
6.4. Особенности обслуживания иностранных туристов	242
Контрольные вопросы	243
Литература.....	244

ВВЕДЕНИЕ

Предприятия питания и гостеприимства выполняют ряд функций, направленных на удовлетворение физиологических и культурных потребностей общества в организации потребления пищи по месту жительства, работы, учебы, отдыха.

В связи с постоянно возрастающей конкуренцией в сфере организации питания повышаются требования к качеству обслуживания. Услуги предприятий питания должны быть актуальными, соответствовать современным стандартам обслуживания, необходимым для обеспечения рентабельности и ежедневной бесперебойной работы заведения.

Залогом успешной деятельности предприятия питания является не только его интерьер, оборудование, качество продукции и услуг, но и умение организовать процесс потребления пищи и досуг различных контингентов гостей с учетом их предпочтений на высоком уровне.

Это обуславливает необходимость изучения современных стандартов обслуживания при организации питания в ресторанах, гостиницах и туризме.

В учебном пособии представлены классификации современных типов предприятий питания, требования к их оснащению, услугам, обслуживающему персоналу, организации работы. Описан процесс автоматизации предприятий питания с использованием востребованных на сегодняшний день систем «Ресторан + Бар + Кафе», «R-Кеерег», дана характеристика работы электронных ресторанов с применением интерактивных форм меню «eMenu». Приведены этапы создания концепции необычных ресторанов, их интерьеров с учетом актуальных стилей. Рассмотрены прогрессивные технологии обслуживания, включающие стандарты работы и тренинг официантов, современные виды банкетов, организация виртуальных ресторанов, Event-маркетинг, мерчандайзинг и анимация на предприятиях питания. Даны современные стандарты обслуживания в гостиницах и туризме с указанием видов, методов, услуг организации питания различных контингентов потребителей на предприятии. Пособие включает вопросы для самоконтроля и список литературы для подготовки к экзамену, а также может быть использовано для самостоятельного изучения дисциплины.

1. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1. Классификация предприятий питания и их оснащение

При определении типа предприятия общественного питания согласно ГОСТ Р 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания» учитывают следующие факторы:

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

Для классификации предприятий питания гостиничного хозяйства и туристской индустрии используются следующие признаки:

- характер торгово-производственной деятельности;
- месторасположение;
- контингент обслуживаемых гостей;
- ассортимент продукции – специализация;
- вместимость;
- форма обслуживания;
- время функционирования;
- уровень обслуживания.

Характер торгово-производственной деятельности является главным критерием, в зависимости от которого предприятия питания подразделяют на следующие типы:

- ресторан;
- бар;
- кафе;
- буфет;
- закусочная;
- столовая и другие.

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

Рестораны различают:

- *по ассортименту реализуемой продукции* – неспециализированные и специализированные (рыбный, пивной, сырный и т.п.; рестораны национальной кухни или кухонь зарубежных стран);

- *по местонахождению* – в жилых и общественных зданиях, в том числе в отдельно стоящих зданиях, зданиях гостиниц, вокзалов, в культурно-развлекательных и спортивных объектах, в зонах отдыха (ландшафтные), на транспорте (вагон-ресторан и пр.);

- *по интересам потребителей* (клубный ресторан, спорт-ресторан, ресторан – ночной клуб, ресторан-салон);

- *по методам и формам обслуживания* – ресторан с обслуживанием официантами, ресторан с обслуживанием по системе «шведский стол», ресторан выездного обслуживания;

- *по составу и назначению помещений* – стационарные и передвижные (рестораны на морских и речных судах, в поездах).

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов или ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана – фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки. Рестораны при гостиницах обслуживают не только проживающих в них гостей. Также организуется обслуживание торжественных и официальных приемов, совещаний, конференций, конгрессов, предоставляются гостям дополнительные услуги: продажа сувениров, цветов, обслуживание в гостиничных номерах и т. д.

В большинстве ресторанов предусматривается музыкальная программа и проведение концертов.

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

Обслуживание в барах осуществляется метрдотелями, барменами, официантами. В баре предусматривается возможность отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку, развлечься.

В зависимости от совокупности отдельных признаков, характеризующих качество и объем предоставляемых услуг, уровень и качество обслуживания, предприятия общественного питания определенного типа делятся на *классы*.

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

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

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

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

Прочие предприятия общественного питания на классы не подразделяют.

Бары классифицируют:

- **по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления** – на молочные, пивные (паб-бары), винные, кофейные, коктейли-бары, гриль-бары, салатные и суповые бары, суши-бар и другие;

Молочный бар – узкоспециализированное предприятие, предназначенное для реализации молочных и сливочных коктейлей. В барах

предусматривают низкотемпературный прилавок для мороженого, плиту для кипячения молока и приготовления молочных флиппов, миксер для взбивания кремов и молочных коктейлей. В залах устанавливают столы и стулья (20 % стульев должно быть рассчитано на маленьких посетителей). Общее количество мест в баре может составлять 25 или 50.

Пивной бар – бар, специализирующийся на реализации разнообразного ассортимента пива. На сегодняшний день это одно из наиболее популярных и любимых заведений подобного типа. На них приходится основная доля продаж не только разливного, но и баночного, и бутылочного пива. Составление пивного ассортимента, как правило, диктуется концепцией заведения и необходимостью поддержания определенного ценового диапазона. Если это национальный бар, представляющий страну с богатыми пивными традициями (английский, немецкий, чешский, ирландский), то в нем будет много пива преимущественно того же происхождения. Если бар относится к классу «люкс» или «высшему», то в меню непременно должно быть несколько сортов темного пива, светлого, оригинального, а также специальные сорта пива для гостей знатоков – красное, горькое и черное, не фильтрованное, сорта типа эль, барлей вайн, бланш, бок, гез, крик, лагер, ламбик, пилс, портер, раушбир, стаун.

Если бар более низкого класса и рассчитан на более низкий ценовой интервал, то достаточно 5 – 6 сортов пива. В любом случае важно, чтобы сорта и марки пива были правильно подобраны: во-первых, светлое и темное пиво; во-вторых, самое популярное, поддержанное рекламой; в третьих, разного ценового уровня.

Винный бар – предприятие с широким ассортиментом вин. Обычно располагается при ресторанах, так как специализируется на одном контингенте посетителей. Имеет обязательно сомелье или бармена, знающего толк в винах и правила подачи вина. В винном баре непременно должно быть помещение для хранения вина оборудованное специальными стеллажами для бутылок. Карта вин должна содержать не только наименование и цену, но и категорию, производителя, год урожая, с каким блюдом лучше сочетать и другие немаловажные для потребителя данные. В винном баре должна быть большая вариация бокалов для вина – только в правильном бокале вино может раскрыть свой букет.

Кофейный бар – предприятие с широким ассортиментом кофе и продукции к нему. Концепцию подобного заведения отличают:

- демократичность. Предприятие работает на любой сегмент рынка, без навязывания ему определенного времяпровождения;
- особый подход к качеству сырья, из которого готовят кофейный напиток, и способу его приготовления.

Высокое качество кофе и профессионализм его приготовления – главное условие успеха.

Классическое кофейное меню любого кофейного бара – это эспresso, двойной эспresso, капучино (1/3 часть кофе и 2/3 части молока), моккиато (кофе и капля взбитого молока), латте (кофе с молоком), гляссе (кофе с мороженым), ледяной кофе (крепкий охлажденный кофе со льдом), айриш (кофе с ирландским виски), кофе с коньяком, кофе с ликером.

Коктейль-бар реализует смешанные напитки (коктейли) в широком ассортименте, коньяки, фрукты, кондитерские изделия, закуски несложного приготовления. Коктейль, как основная товарная позиция коктейль-бара, является наиболее прибыльной частью ассортимента. Выбор ассортимента в коктейль-баре зависит от профиля предприятия, так как данная группа предприятий размещается в основном при ресторанах.

Существует следующая товарная концепция коктейль-баров на сегодняшний день:

- количество классических коктейлей и производных от них характеризуется соотношением 50 на 50;
- основной упор делается на алкогольные коктейли;
- доля безалкогольных коктейлей в меню в идеале должна составлять 10 – 20 %;
- обязательно наличие фирменных коктейлей.

По способу приготовления все коктейли можно разделить на четыре группы. Некоторые коктейли готовятся сразу несколькими способами.

Билд – метод построения, включающий в себя коктейли, приготовленные непосредственно в питьевом бокале. Если готовят напитки со льдом, то сначала в бокал кладут лед, затем наливается спиртное и потом наполнитель – безалкогольные напитки.

Стир – приготовление в смесительном стакане. Применяется для охлаждения легко смешиваемых компонентов. Коктейли, приготовленные этим методом, подаются охлажденными, безо льда, и, как

правило, в коктейльной рюмке, которую следует предварительно охладить. Коктейли по этому методу готовятся следующим образом: смесительный бокал наполняется на 2/3 льдом, затем наливаются все компоненты вдоль стенок бокала, перемешиваются барной ложкой вращательным движением в течение 5 – 6 секунд, после чего приготовленный напиток процеживается через стейнер в питьевой бокал.

Шейк – метод приготовления в шейкере. Применяется для взбивания трудно смешиваемых компонентов, таких как: ликеры, соки, сиропы, яйца, сливки и т.д. Коктейли в шейкере готовятся так: шейкер заполняется на 2/3 льдом, наливаются компоненты, затем содержимое энергично взбивается продольными движениями до тех пор, пока шейкер не запотеет снаружи. После этого коктейль процеживается в бокал.

Бленд – применяется для приготовления коктейлей с большим количеством льда, а также для коктейлей с фруктами. Коктейли в блендере готовятся следующим образом: в стакан блендера насыпается необходимое количество льда, наливаются все компоненты, после чего он устанавливается в основание блендера и включается. Когда лед раздробится до однородной снежной массы, коктейль готов и выливается в питьевой бокал вместе со льдом. Если готовить коктейль с фруктами, в первую очередь нужно отделить фрукты от кожуры, семечек, косточек, мелко нарезать и положить в стакан блендера, затем положить лед и налить все компоненты. Приготовленный коктейль процедить или слить в бокал (в зависимости от консистенции). Фрукты лучше использовать с однородной массой: дыню, киви, бананы, клубнику, манго.

Гриль-бар – это западное новшество, которое стало распространенным в России. Он может существовать самостоятельно или же быть частью ресторана. Как правило, гриль-бар находится на террасах у ресторана или имеет отдельный огороженный участок, выступая как самостоятельное заведение. В нем предлагается курица-гриль, шашлык, бифштексы, рыба-гриль. Работники у барной стойки выполняют функции повара, так как им приходится готовить блюда перед посетителями.

Салатные и суповые бары – это новые типы баров, «прямые потомки» шведских столов. Основная их задача – быстро и при малом персонале обслужить наибольшее число посетителей. Бары оборудуют стойкой с открытой витриной-холодильником, где установлены

емкости, наполненные компонентами салатов и заправками для них. Посетители могут сами приготовить себе салат, комбинируя компоненты и заправки. Специальные термосы для супов, как правило, из нержавеющей стали, подогревают спиртовкой или они снабжены электроподогревом. Рядом с ними находятся тарелки, бульонные чашки или керамические миски. Ассортимент наполнителей и заправок для супов должен состоять из продуктов, которые подходят к любым супам (сметана, томатный или перечный соус, тертый сыр, гренки, картофельные или пшеничные хлопья, мелко нарезанная зелень, кусочки вареной говядины, колбасы или сосисок).

Хлебный бар на предприятиях общественного питания встречается лишь эпизодически. Его целью является предельно рационально использовать ценнейшие продукты питания – изделия из черствого хлеба. В хлебном баре максимально полно представлена продукция из черствого хлеба, который остается не только в общественном питании, но и в торговле: латышский хлебный суп со взбитыми сливками, кондитерские изделия (пирожное «картошка»), напитки (квасы).

Витаминный бар – узкоспециализированное предприятие по приготовлению и реализации прохладительных напитков, коктейлей, мороженого, холодных закусок и кондитерских изделий. Витаминные бары в основном относятся к первому классу. Обслуживание потребителей осуществляется барменом. Залы оборудуются барной стойкой с вращающимися табуретами.

- **по специфике обслуживания потребителей** – танцевальные бары (данс холл), диско-бар, офис-бар, таб-бар, паб-бар, сервери-бар, видео-бар, варьете-бар, казино-бар, бар «Ночной клуб» и другие.

Танцевальные бары (данс холл) работают преимущественно в вечернее и ночное время. В зале имеется место для оркестра или диджея, танцев, концертных выступлений. Метрдотель в таких барах обязателен. За стойкой посетителей обслуживают бармены, а за столиками в зале – официанты. В ассортименте имеются изделия высокого качества, освежающие и смешанные напитки, небольшой выбор холодных и горячих закусок и блюд. Вход в такие бары платный, билеты продаются в кассе предварительно. В стоимость входного билета входит: цена смешанного напитка или пива, бутерброда или холодной закуски, кофе или сока, а также оплата организационных расходов. Поскольку посетители приходят сюда надолго, то столы в зале нумеруют.

Диско-бары располагаются на территории дискотек и на танцевальных площадках. Обслуживает здесь только бармен, бар имеет широкий ассортимент напитков, закусок.

Офис-бар – бар при офисе, где бармены и официанты обслуживают сотрудников фирмы в течение дня. Во время обслуживания переговоров бармен или официант сначала принимает заказ, чтобы не беспокоить клиента вопросами и не отвлекать от обсуждаемой темы.

Таб-бар – предприятие с небольшим ассортиментом продукции. Потребителям предлагается в основном разливное пиво и спириты (водка, ром, текила), недорогие напитки. Коктейли не делают. Обслуживание ведется барменом без официантов. Отличительная черта такого бара: игра в тотализатор. По телевизору по одной из программ обязательно показывают спортивные мероприятия: скачки, собачьи бега. Посетители прямо в баре делают ставки. Дополнительно могут быть установлены бильярд, игральные автоматы.

Паб-бар – такой же концепции, что и «таб», но с более широким ассортиментом продукции. В баре обслуживают только официанты. Цены выше, чем в «табе». Обычно пабы бывают по интересам.

Серверы-бар – бар, обслуживающий различные банкеты, приемы по предоплате или по чекам.

- в зависимости от их расположения в гостиничном здании:

вестибюльный бар служит удобным местом для встреч и бесед;

ресторанный бар традиционно является самым притягательным элементом интерьера ресторана;

вспомогательный бар представляет собой торговую точку, расположенную в глубине гостиничного здания, на этаже. В больших отелях их может быть несколько. Здесь сосредотачиваются запасы вин, пива и других напитков для обслуживания гостей непосредственно в номерах;

банкетный бар расположен в банкетном зале. Используется исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Банкетный бар имеет большой запас дорогих и популярных вин, напитков, пива;

бар при бассейне (пул-бар). Любой высокоразрядный отель (не только курортный) имеет бассейн и бар при нем, где гости могут расслабиться с бокалом экзотического коктейля или какого-либо другого напитка. Пул-бар располагается в зоне бассейна: в центре бассейна; двухуровневый бар на краю бассейна: нижний уровень (гостевой) –

на бордюре бассейна и стационарная стойка для обслуживания гостей «прибрежной зоны»; бар рядом с бассейном. Характерная черта – отсутствие крепких алкогольных напитков и профессионального барного стекла;

мини-бары – маленькие бары с холодильником в гостевых комнатах. Предназначены для снабжения гостей напитками в любое время суток. Запасы напитков в мини-барах пополняются ежедневно, а стоимость выпитого дополнительно включается в общий счет;

мобил-бар – передвижной бар;

фитнес-бар находится при фитнес-клубах в тренажерных залах. Роль метрдотелей в них выполняют тренеры. Основными напитками являются свежеотжатые соки с различными добавками;

экспресс-бары рассчитаны на моментальное обслуживание посетителей. В меню экспресс-бара представлены холодные закуски (бутерброды, тарталетки и волованы с различными наполнителями), кондитерские изделия, горячие напитки, молочные продукты. Время работы бара обычно удобно для раннего и второго завтрака, обеда. Поэтому экспресс-бары размещают на жилых этажах гостиниц, в холлах, вестибюлях и на вокзалах. Экспресс-бары работают круглосуточно;

лобби-бар (от англ. lobby – вестибюль) располагается на первом этаже гостиниц. Кроме стойки бара, есть мягкая мебель, кофейные или чайные столики и стулья. Ассортимент такого бара представлен слабоалкогольными и безалкогольными напитками, кондитерскими изделиями и десертами;

лаунж-бар (от англ. lounge – гостиная) находится в особой, изолированной зоне, где удобная мягкая мебель и мелодичная легкая музыка способствует отдыху и непринужденной беседе. Очень часто находится в помещении рядом с рестораном или ночным клубом. В лаунж-баре подаются прежде всего коктейли.

- по местонахождению – в жилых и общественных зданиях, в том числе в отдельно стоящих зданиях, зданиях гостиниц, вокзалов; в культурно-развлекательных и спортивных объектах; в зонах отдыха;

- по интересам потребителей: клубный бар, спорт-бар.

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

Кафе различают:

- *по ассортименту реализуемой продукции* – неспециализированные и специализированные (кафе-мороженое, кафе-кондитерская, кафе-молочная, кафе-пиццерия и др.);

- *по обслуживаемому контингенту и интересам потребителей*, включая оформление интерьера, – молодежное, детское, студенческое, офисное, кафе-клуб, интернет-кафе, арт-кафе, кафе-кабачок и др.;

- *по местонахождению* – в жилых и общественных зданиях, в том числе, в отдельно стоящих зданиях, зданиях гостиниц, вокзалов; в культурно-развлекательных и спортивных объектах; в зонах отдыха;

- *по методам и формам обслуживания* – с обслуживанием официантами и с самообслуживанием;

- *по времени функционирования* – постоянно действующие и сезонные;

- *по составу и назначению помещений* – стационарные и передвижные (автокафе, вагон-кафе, кафе на морских и речных судах и т.п.).

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

Столовые различают:

- *по ассортименту реализуемой продукции* – столовые, реализующие блюда, изделия и напитки массового спроса; вегетарианские, диетические, в том числе пищеблоки санаториев, профилакториев;

- *по обслуживаемому контингенту и интересам потребителей* – столовые школьные, студенческие, офисные и др.;

- *по местонахождению* – столовые общедоступные в жилых, общественных зданиях, столовые по месту учебы, работы, службы, временного проживания, при больницах, санаториях, домах отдыха и пр.;

- *по организации производства продукции* – работающие на сырье, на полуфабрикатах (догоотовочные), столовые смешанного типа, столовые-раздаточные.

Столовая как предприятие питания часто встречается в структуре курортных гостиниц. Предназначена для изготовления, реализации и организации потребления на месте различными слоями населения завтраков, обедов, ужинов, отпуска их на дом. Предоставляет различные дополнительные услуги.

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

Буфеты различают:

- *по местонахождению* – в жилых, промышленных и общественных зданиях, по месту работы, учебы, в культурно-развлекательных и спортивных объектах (театрах, кинотеатрах, стадионах и пр.), в гостиницах, на вокзалах, пристанях, в аэропортах, при столовых и др.;
- *по составу и назначению помещений* – стационарные и передвижные (автобуфет, купе-буфет, буфеты на морских и речных судах и т.п.);
- *по времени функционирования* – постоянно действующие и сезонные.

Допускается продажа упакованной продукции на вынос и дополнительная реализация продовольственных товаров.

В гостиницах работают буфеты, оборудованные электроплитами, холодильниками, охлаждаемыми прилавками, кофеваркой и другим современным оборудованием.

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

Закусочные различают:

- *по составу и назначению помещений* – стационарные и передвижные;
- *по времени функционирования* – постоянно действующие и сезонные.

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

Предприятия быстрого обслуживания размещаются в местах интенсивного движения и массового скопления потребителей: в торговых комплексах и центрах (зоны ресторанных двориков), кинотеат-

рах, на центральных улицах и площадях, в зонах отдыха и др. Предприятия быстрого обслуживания могут добавлять к наименованию слово «экспресс» или «быстро»,

Предприятия быстрого обслуживания могут быть оборудованы в киосках и автоприцепах, не иметь собственного зала и реализовывать продукцию собственного производства через раздаточное окно.

Предприятия быстрого обслуживания различают:

- *по ассортименту реализуемой продукции* – неспециализированные и специализированные (гамбургерные, пиццерии, пельменные, блинные, пирожковые, пончиковые, шашлычные и т.д.);

- *по составу и назначению помещений* – стационарные и передвижные;

- *по времени функционирования* – постоянно действующие и сезонные (летние).

На предприятиях быстрого обслуживания отпуск продукции и обслуживание потребителей осуществляют, как правило, на раздаточной линии, и могут использоваться одноразовые посуда и приборы. Потребление продукции осуществляется в зале предприятия или в зоне ресторанного дворика на территории торговых центров (комплексов), единой для нескольких предприятий общественного питания. При этом отдельные технологические операции допускается осуществлять на виду у потребителей в выделенных рабочих зонах, оснащенных малогабаритным специализированным оборудованием.

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

Потребление продукции общественного питания в кафетериях осуществляется, как правило, стоя.

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

Потребление продукции общественного питания в кофейнях осуществляется, как правило, за столиками, метод обслуживания – официантами.

Предприятия общественного питания различных типов (кроме ресторанов) с вместимостью зала не более 16 мест при определении типа могут прибавлять к своему наименованию приставку «мини»: мини-кафе, мини-бар, мини-закусочная и т. д.

По контингенту обслуживаемых гостей предприятия питания подразделяются:

- на общедоступные;
- связанные с обслуживанием определенного контингента потребителей.

Рестораны, кафе, бары в составе гостиничных комплексов предназначены для первоочередного обслуживания гостей, в большинстве случаев они являются общедоступными. Предприятия питания в составе отелей-клубов, пансионатов обслуживают только своих гостей.

В зависимости от **ассортимента** предлагаемой продукции выделяют следующие категории предприятий питания:

- полносервисные;
- специализированные.

Среди типов предприятий питания полносервисными в большинстве случаев могут быть только рестораны и кафе, поскольку они предлагают широкий выбор закусок, блюд, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, различных напитков.

В меню полносервисных ресторанов и кафе доля фирменных и заказных блюд, которые относят к разряду блюд «высокой кухни» (*фр.* haute cuisine) достаточно высока. Для полносервисных ресторанов характерен высокий уровень обслуживания: метрдотель встречает и усаживает гостя за стол, старший официант дает советы по поводу блюд, рассказывает о качестве заказываемых блюд, он же советует, какое вино лучше подходит к заказываемым блюдам.

Специализация предприятий питания может быть различной: от широкой специализации на блюдах определенной кухни (французской, итальянской, китайской и т. д.) до узкой специализации на одном или нескольких наименованиях блюд.

Рассматриваемая классификация предприятий питания носит условный характер, в связи с чем один и тот же ресторан может быть одновременно и полносервисным, и специализированным. Например,

специализируясь на блюдах французской кухни, ресторан одновременно предлагает широкий (не менее 15) ассортимент их наименований.

Закусочные подразделяются на предприятия общего типа и специализированные (шашлычная, чебуречная, пиццерия, блинная, бульонная и т. д.).

Вместимость ресторанов может составлять от 50 до 500 мест, кафе – от 50 до 150 мест, столовых – 50, 100, 200, 500 и более мест и т. д.

По применяемым формам обслуживания предприятия питания делятся: на предприятия самообслуживания; с частичным обслуживанием официантами; с полным обслуживанием официантами; с обслуживанием буфетчиками.

По времени функционирования предприятия питания подразделяются: на постоянно действующие; сезонные; работающие в дневное и вечернее время; работающие в ночное время (ночные бары).

По уровню обслуживания предприятия питания подразделяются на следующие классы: люкс, высший, первый.

Для полноценной работы предприятия питания следует оснастить его всем необходимым оборудованием, номенклатура которого зависит от меню, а также от профиля заведения. Требования к оснащению предприятий питания различных типов и классов мебелью, столовыми посудой, приборами, бельем представлены в табл. 1 – 2.

Барная стойка комплектуется холодильными шкафами для напитков, ледогенератором, модулем для пивной башни, аппаратами для розлива газированных напитков, держателями для бутылок, кассовым аппаратом, стаканомоечной машиной. Это необходимый минимум для бара, предлагающего алкогольные напитки. В современном баре должно быть предусмотрено оборудование для приготовления качественного кофе. Его ассортимент зависит, в основном, от концепции предприятия. Самые распространённые – эспрессо кофемашины (автоматические, полуавтоматические и суперавтоматические), фильтрационные кофемашины с колбами и термосами, автоматические с завариванием чашками, а также гейзерного типа и аппараты для приготовления кофе на песке. Эспрессо кофемашины считают самыми многофункциональными. С их помощью можно не только приготовить эспрессо и вспенить молоко для капучино, но и получить горячую воду для заваривания чая. Для разнообразия ассортимента можно включить в меню горячий шоколад – существуют специальные аппараты для приготовления горячего шоколада.

Таблица 1

*Требования к оснащению ресторанов, баров классов «люкс», «высший», «первый» и кафе
мебелью, столовыми посудой, приборами, бельем*

Наименование требований	Тип и класс предприятия						
	Ресторан класса			Бар класса			Кафе
	«люкс»	«высший»	«первый»	«люкс»	«высший»	«первый»	
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Мебель:							
- повышенной комфортности, соответствующая интерьеру помещений	+	+	-	+	+	-	-
- стандартная, соответствующая интерьеру помещений	-	-	+	-	-	+	+
1.1 Столы:							
- мягкое покрытие	+	+	-	+	+	-	-
- полиэфирное покрытие	-	-	+	-	-	+	+
- деревянные поверхности (для стилизованных предприятий)	+	+	+	+	+	+	+
1.2 Кресла							
- мягкие с подлокотниками	+	+	-	+	+	-	-
- полумягкие	-	-	+	-	-	-	-
1.3 Наличие барной стойки:							
- современно оформленная с табуретами	+	+	-	+	+	+	-
- для подачи блюд и напитков (сервис)	+	+	-	-	-	-	-
2 Столовая посуда и приборы							
2.1 Металлическая посуда и столовые приборы:							
- из мельхиора или нейзильбера, или нержавеющей стали, или из других современных сплавов	+	+	-	+	+	-	-
- из нержавеющей стали	-	-	+	-	-	+	+
2.2 Фарфоровая посуда, художественно оформленная	+	+	-	+	+	-	-
2.3 Полуфарфоровая, фаянсовая посуда	-	-	+	-	-	+	+
2.4 Сортная стеклянная посуда:							
- хрусталь, художественно оформленная посуда							
из выдувного стекла	+	+	-	+	+	-	-
- сортная стеклянная посуда с рисунком и без него	-	-	+	-	-	+	+
2.5 Посуда из керамики и дерева для тематических предприятий и предприятий национальной кухни	+	+	+	+	+	+	+

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8
3 Столовое белье							
3.1 Скатерти:							
- белые или цветные	+	+	+	+	+	-	-
- фирменные	+	-	-	+	-	-	-
3.2 Салфетки индивидуального пользования:							
- полотняные	+	+	+	+	+	-	-
- бумажные	-	-	-	-	-	+	+
3.3 Смена столового белья после каждого обслуживания потребителя	+	+	+	+	+	-	-

Таблица 2

Требования к оснащению столовых, закусочных, предприятий быстрого обслуживания, буфетов, кафетериев, кофеен, магазинов кулинарии мебелью, столовыми посудой, приборами, бельем

Наименование требований	Тип предприятия						
	Столовая	Закусочная	ПБО	Буфет	Кафетерий	Кофейня	Магазин кулинарии
1 Мебель стандартная, соответствующая интерьеру помещений	+	+	+	+	+	+	-
1.1 Столы:							
- полиэфирное покрытие	-	-	-	-	-	+	-
- гигиеническое покрытие	+	+	+	+	+	-	-
- столы или кронштейны для приема пищи стоя	-	+	-	+	+	-	-
1.2 Наличие барной стойки	-	-	-	-	+	+	-
1.3 Наличие буфетной стойки	+	-	-	+	+	-	-
2 Столовая посуда и приборы							
2.1 Полуфарфоровая, фаянсовая посуда	+	+	+	+	+	+	-
2.2 Столовая посуда из полимерных материалов	-	+	+	+	+	-	-
2.3 Сортовая посуда из прессованного стекла	+	+	-	-	+	-	-
2.4 Сортовая стеклянная посуда	-	-	-	-	-	+	-
2.5 Столовые приборы:							
- из нержавеющей стали	+	+	+	-	+	+	-
- из полимерных материалов одноразовые	-	+	+	+	+	-	-
3 Салфетки индивидуальные бумажные	+	+	+	+	+	+	-

Не меньшей популярностью, чем горячий шоколад, пользуются у завсегдатаев баров молочные и алкогольные коктейли. Для приготовления молочных коктейлей рекомендуется использовать миксеры на один и два рожка, для алкогольных и фруктовых коктейлей – блендер.

Холодные закуски (салаты, сэндвичи) и кондитерские изделия (торты и пирожные) рекомендуется хранить в охлаждаемой витрине с температурным режимом от +2 до +10 °С. Горячие блюда или готовая выпечка размещаются в тепловых витринах, которые могут быть оснащены подсветкой, а также могут комплектоваться емкостью для пароувлажнения, оснащенной терморегулятором, который позволяет устанавливать температуру от 0 до 95 °С. Для разогрева готовых блюд и приготовления полуфабрикатов высокой степени готовности обычно пользуются микроволновыми печами.

Для приготовления свежавыжатых соков должны быть предусмотрены соковыжималки. Они подразделяются на электрические и механические, бывают для цитрусовых и универсальные – для всех видов овощей и фруктов.

Неотъемлемый атрибут каждого бара – ледогенератор для приготовления кубикового льда. Корпус ледогенератора выполняется из нержавеющей стали, аппарат оснащается функцией воздушного охлаждения. В зависимости от потребностей бара, можно выбирать ледогенераторы разной производительности. На любом предприятии общественного питания необходимо холодильное оборудование. Например, охлаждаемые столы: они включаются в набор оборудования бара в качестве рабочей столешницы или охлаждаемого объема.

В ресторане и баре, предлагающем посетителям закуски и горячие блюда, необходимо иметь полный набор столовой посуды, для мытья которой должны быть предусмотрены современные посудомоечные машины, разработанные специально для предприятий питания, способные отмыть большое количество посуды в минимальные сроки, экономя электроэнергию и воду.

Стаканомоечные машины предназначены для деликатной мойки стеклянных предметов и идеально отмоют как бокалы для напитков и коктейлей, так и чайные и кофейные пары. В баре правильно подобранная посуда подчеркивает вкус напитка, показывает класс заведения и привлекает новых покупателей. Общее требование ко всей стеклянной, хрустальной, фарфоровой посуде – прочность, гигиеничность и красота.

В баре, реализующем хотя бы минимальный ассортимент горячих блюд и закусок, необходима профессиональная наплитная посуда. Основные требования к ней, помимо профессионального исполнения, – универсальность и практичность: она должна соответствовать гигиеническим требованиям, подходить по размеру к тепловому оборудованию, легко мыться, удобно храниться. Самый распространенный материал исполнения для наплитной посуды – это нержавеющая сталь 18/10 (процентное соотношение хрома и никеля в сплаве). Посуда из нержавеющей стали не окисляется, не влияет на вкус еды. Для приготовления некоторых блюд используют чугунную посуду. Популярна и посуда с антипригарным тефлоновым покрытием – ее удобно использовать для приготовления диетических блюд, поскольку на ней можно готовить без масла.

Бармен должен уметь не только смешивать разные напитки и разливать спиртное гостям. От него зависит особая атмосфера дружелюбия и гостеприимства, которая царит в баре. Для его работы необходим следующий инвентарь:

- стрейнер (инструмент, с помощью которого можно отделить желток яйца от белка или отфильтровать лед);
- риммер (прибор, позволяющий делать ободок по верхней грани стакана);
- барный нож (применяется для нарезки фруктов и приготовления из них украшений);
- джиггер, мерная посуда, унцовка, мензурка.
- барная ложка (применяется для приготовления слоистых коктейлей; пестиком можно растирать сахар, мяту и т.п.);
- шейкер (применяется для приготовления коктейлей).
- смесительный стакан (применяется для приготовления коктейлей из легко смешиваемых компонентов. Представляет собой большой стеклянный стакан с толстыми стенками. В качестве смесительного стакана можно использовать стеклянный стакан от американского шейкера);
- ложка, щипцы для льда, совок (применяются для работы со льдом);
- гейзеры (специальные насадки на бутылки. Используются для непрерывного наливания напитков тонкой струей);
- нож для снятия цедры (применяется для снятия цедры с целью украшения коктейлей);

- штопор официанта (штопор включает в себя нож, штопор для открывания банок и бутылок);
- блендер (применяется для приготовления замороженных напитков и коктейлей с фруктами);
- соковыжималка (для приготовления свежавыжатого сока);
- дозаторы (обычно ставят на напитки, которые наливаются определенными порциями (коньяк, виски));
- лоток для фруктов (применяется для хранения нарезанных фруктов);
- емкость для льда (используется для хранения льда);

Оборудование для розлива пива состоит из охладителя, башни, редуктора углекислого газа, каплесборника, раздаточной головки и установочного комплекта.

Комплекты для розлива пива подразделяются на два вида:

- с подстоечным охладителем;
- с настоечным охладителем.

В первом случае охладитель располагается под барной стойкой, во втором – охладитель совмещен с башней. В дорогих заведениях лучшим является первый вариант.

Охладитель – агрегат, основным элементом которого является холодильный компрессор и помпа. Компрессор охлаждает трубки, по которым пиво движется к разливочным кранам, до минусовой температуры, вследствие чего напиток на выходе имеет температуру $+4 - +6$ °С. Светлые сорта пива подаются при температуре $+5 - +7$ °С, темные сорта – $+8 - +10$ °С. Если данные температурные режимы не соблюдаются, то пиво теряет свои вкусовые качества. Охладители могут быть разной производительности: от 24 л/час до 130 л/час.

Башня – отличается дизайном и количеством кранов от одного до пяти или семи. На каждом кране есть компенсатор, позволяющий регулировать объем выходящей струи пива, следовательно, и количество пены. Пена препятствует окислению пива. Поэтому пиво без пены в хорошем баре не нальют.

Редуктор углекислого газа служит для регулировки его давления в газовом баллоне. Содержание углекислого газа – один из важных показателей пива. Если газа будет недостаточно, то пиво быстро выдохнется и потеряет свои свойства. На каждый сорт пива должно быть определенное давление газа. Если давление меньше положенного, то пиво получается мягким и быстро теряет характер. Если давле-

ние больше положенного, то напиток получается жестким. Давление регулируется не только в зависимости от сорта пива, но и от температуры окружающей среды. Чем ниже температура, тем лучше растворимость газа в жидкости, что хорошо для пива. С повышением температуры давление газа необходимо увеличить.

Важным показателем качественного обслуживания является «барное стекло». Для фирменных и оригинальных напитков в баре может применяться любая посуда, однако существует и множество стандартных требований к сервировке. В баре предусмотрен следующий ассортимент посуды различной емкости:

- рюмка для белого вина, овально-цилиндрическая с тонкими стенками, на тонкой высокой ножке сужающейся кверху чашей в форме тюльпана, синего или зеленого цвета (ренвейные рюмки), вместимостью от 75 до 100 мл, которые наполняют на 1/2 высоты, или бокалы из бесцветного высококачественного стекла емкостью до 150 мл, наполняемые на 3/4 высоты (ножка бокала должна позволять держать его так, чтобы вино не нагревалось);

- рюмка для красного вина на короткой ножке с чашей в форме тюльпана (лафитная рюмка) из бесцветного стекла, вместимостью 100 – 150 мл, которая наполняется на 2/3 высоты, или бокал из бесцветного тонкого стекла (250 мл);

- рюмка для бургундского вина (наиболее популярная среди этого вида рюмок), в которой можно подавать и пиво, и красный аперитив, наполняют ее только до 1/2 высоты;

- шампань-флюте (200 мл) – бокал для шампанского и любых коктейлей или аперитивов с шампанским;

- ликерная рюмка, пони, кордиал (25 – 50 мл) – для ликеров в чистом виде;

- мадерная рюмка, шерри, порт-глас (100 – 150 мл) – для крепленых вин и вермутов;

- коньячный бокал, бренди-глас, баллон (250 – 300 мл) – для бренди, коньяка, арманьяка и кальвадоса в чистом виде;

- стопка, шот (шутер); джиггер (40 – 60 мл) – для крепких алкогольных напитков в чистом виде, которые выпиваются в один прием (одним глотком);

- стаканы олл-фэшен, рокс-глас, виски-глас (100 – 300 мл) – для алкогольных напитков, виски со льдом; коктейлей небольшого объема;

- стаканы коллинз, зомби (150 – 300 мл) – для смешанных и безалкогольных напитков;

- стакан хайбол (280 мл), который свое название получил от названия напитка, имеющего много разновидностей; используется для приготовления коктейлей, прохладительных напитков, лимонада, а также для напитка on the rocks – неразбавленного крепкого напитка со льдом;

- стаканы для коктейля тумблер и сауэр с очень толстым стеклянным дном различной емкости: маленький стакан (160 мл) используется для приготовления сауэра (кислого напитка) и холодных фруктовых и овощных соков, средний (200 мл) – для приготовления физа или эй-нога;

- коктейльную рюмку и бокал мартини используют для охлажденных коктейлей без льда и большинства коктейлей среднего объема, для подачи ликеров на дробленый лед методом фραπε. В бокале мартини нельзя подавать напитки в чистом виде;

- рюмка Маргарита – для замороженных напитков, свое название она получила от коктейля «Маргарита»;

- ликерные рюмки (50 – 75мл) – для слоистых коктейлей;

- бокал хари-кейн, или ураган, (450 – 480 мл) – для экзотических коктейлей большого объема;

- рюмка для коблера (50 мл), входит в большое семейство рюмок для коктейлей;

- термостойкие бокалы и кружки (200 – 250 мл) на короткой толстой ножке, кружка с ручкой – для пунша, кружки и чашки (фарфоровые, глиняные и стеклянные) – для грога и глинтвейна;

- бокалы айриш-кофе (200 – 250 мл) для горячих напитков и коктейлей получили название от известного коктейля «Айриш-кофе»;

- гоблит (кубок) (200 – 285 мл) подразделяют на винные, пивные, коктейльные;

- пивные бокалы вместимостью 300 – 500 мл используют для пива и коктейлей с пивом;

- пивные кружки вместимостью 300 – 500 мл – для пива.

1.2. Требования к предприятиям питания

На предприятиях общественного питания любого типа и класса должны обеспечиваться безопасность жизни и здоровья потребителей и сохранность их имущества и соблюдение действующих правил оказания услуг общественного питания.

В соответствии с ГОСТ Р 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания» требования к предприятиям питания различных типов и классов приведены в табл. 3 – 4.

Предприятия общественного питания любого типа должны иметь удобные подъездные пути и пешеходные доступы к входу, необходимые справочно-информационные указатели. Территория, прилегающая к предприятию, должна быть благоустроена и освещена в темное время суток.

Архитектурно-планировочные решения и конструктивные элементы зданий предприятий общественного питания и используемое техническое оборудование должны соответствовать строительным нормам и правилам.

На предприятиях общественного питания должны быть предусмотрены аварийные выходы, лестницы, инструкции о действиях в аварийной ситуации, а также хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориентацию потребителей как в обычной, так и в чрезвычайной ситуации.

Предприятия общественного питания всех типов и классов должны быть оснащены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта, в том числе иметь искусственное и естественное освещение, горячее и холодное водоснабжение, канализационную, отопительную, вентиляционную системы, телефонную связь.

При размещении предприятий общественного питания в жилых зданиях их помещения должны соответствовать требованиям строительных правил по уровню шума, вибрации и требованиям звукоизоляции. Предприятия общественного питания, занимающие часть жилого здания, должны быть оборудованы отдельным входом (выходом).

Предприятия общественного питания всех типов обязаны в наглядной и доступной форме довести до сведения потребителей необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора, в том числе: фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес), тип, класс и режим работы, размещая указанную информацию на вывеске и в других местах, удобных для ознакомления потребителей.

Таблица 3

Требования к ресторанам и барам классов «люкс», «высший», «первый» и кафе

Наименование требований	Тип и класс предприятия						
	Ресторан класса			Бар класса			Кафе
	«люкс»	«высший»	«первый»	«люкс»	«высший»	«первый»	
1	2	3	4	5	6	7	8
Требования к архитектурно-планировочным решениям и оформлению предприятий							
1 Внешний вид предприятия							
1.1 Вывеска:							
- световая с элементами оформления	+	+	+	+	+	+	-
- обычная освещаемая	-	-	-	-	-	-	+
2 Состав помещений для потребителей							
2.1 Вестибюль	+	+	+	+	+	-	-
2.2 Гардероб	+	+	-	+	+	-	-
2.2.1 Наличие вешалок в зале	-	-	+	-	-	+	+
2.3 Зал	+	+	+	+	+	+	+
2.4 Банкетный зал или отдельные кабины (кабинеты)	+	+	-	-	-	-	-
2.5 Туалетная комната с помещением для мытья рук	+	+	+	+	+	+	+
3 Оформление залов и помещений для потребителей							
3.1 Использование изысканных декоративных элементов	+	-	-	+	-	-	-
3.2 Использование оригинальных декоративных элементов (светильников, драпировок и др.)	-	+	+	-	+	+	-
3.3 Использование декоративных элементов, создающих единство стиля	-	-	-	-	-	-	+
3.4 Наличие эстрады и (или) танцевальной площадки	+	-	-	+	-	-	-
3.5 Наличие художественных композиций, клумб из живых декоративных цветов и (или) фонтанов и (или) аквариумов	+	-	-	+	-	-	-
4 Микроклимат							
4.1 Система кондиционирования воздуха с автоматическим поддержанием оптимальных параметров температуры и влажности	+	+	+	+	+	-	-

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6	7	8
4.2 Система вентиляции, обеспечивающая допустимые параметры температуры и влажности	-	-	-	-	-	+	+
Требования к методам обслуживания потребителей, к форменной одежде, обуви							
1 Методы обслуживания потребителей							
1.1 Обслуживание высококвалифицированными официантами, барменами, метрдотелями	+	+	-	+	+	-	-
1.2 Обслуживание официантами, барменами, метрдотелями	-	-	+	-	-	+	+
1.3 Обслуживание барменом за барной стойкой	-	-	-	-	-	+	-
1.4 Наличие специалиста по винам (сомелье)	+	-	-	-	-	-	-
1.5 Самообслуживание	-	-	-	-	-	-	+
2 Сервировка стола							
2.1 Предварительное накрытие	+	+	+	-	-	-	-
2.2 Оформление столов:							
- композициями из живых цветов	+	+	-	+	-	-	-
- фигурно сложенными салфетками	+	+	-	-	-	-	-
- свечами	+	-	-	-	-	-	-
- цветами искусственными или живыми	-	-	+	-	+	-	+
3 Охраняемая автостоянка с неограниченным временем парковки	+	-	-	-	-	-	-

Таблица 4

Требования к столовым, закусочным, предприятиям быстрого обслуживания, буфетам, кафетериям, кофейням, магазинам кулинарии

Наименование требований	Тип предприятия						
	Столовая	Закусочная	Предприятие быстрого обслуживания	Буфет	Кафетерий	Кофейня	Магазин кулинарии
Требования к архитектурно-планировочным решениям и оформлению предприятий							
1 Внешний вид предприятия							
1.1 Вывеска обычная	+	+	+	+	+	+	+
2 Состав помещений для потребителей							
2.1 Зал	+	+	+	-	-	+	+
2.2 Туалет с раковиной для мытья рук	+	+	+	+	+	+	-
3 Оформление залов и помещений для потребителей							
3.1 Использование современных декоративных элементов в интерьере	+	+	+	-	-	+	-
4 Микроклимат							
4.1 Система вентиляции, обеспечивающая допустимые параметры температуры и влажности	+	+	+	+	+	+	-
Требования к методам обслуживания потребителей, форменной одежде, обуви							
1 Методы обслуживания потребителей							
1.1 Самообслуживание	+	+	+	+	+	-	-
1.2 Обслуживание официантом	-	-	-	-	-	+	-
1.3 Обслуживание продавцом	-	-	-	-	-	-	+
<i>Примечание.</i> На предприятиях быстрого обслуживания может быть собственный зал или зона в составе ресторанного двора.							

На строящихся и реконструируемых предприятиях общественного питания для обслуживания инвалидов должны быть предусмотрены наклонные пандусы у входных дверей для проезда инвалидных колясок, лифты, площадки для разворота инвалидной коляски в залах, специально оборудованные туалетные комнаты согласно действующим строительным нормам и правилам.

На предприятиях общественного питания в соответствии со спецификой обслуживаемого контингента могут быть предусмотрены зоны специального обслуживания, например диетического, лечебно-профилактического, детского питания и др. Размещение производственных помещений и оборудования в этих помещениях должно обеспечивать последовательность (поточность) технологических процессов производства и реализации продукции, а также соблюдение технологических, санитарно-эпидемиологических норм и правил.

На предприятиях общественного питания должно обеспечиваться стилевое единство интерьера зала, мебели и сервировки столов или отражаться специализация предприятия общественного питания (тематическая или национальная направленность).

1.3. Современное определение комплекса услуг предприятий питания

В соответствии с ГОСТ Р 50764-2009 «Услуги общественного питания. Общие требования» под *услугой общественного питания* понимается деятельность исполнителя (предприятий общественного питания юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общественного питания, в создании условий для реализации и потребления продукции общественного питания и покупных товаров, в проведении досуга и в других дополнительных услугах. Услуги общественного питания могут оказываться в местах расположения предприятий общественного питания и в иных местах.

Процесс обслуживания – это совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации и потреблении продукции общественного питания и организации досуга.

Условия обслуживания – это совокупность факторов, воздействующих на потребителя в процессе оказания услуги.

Безопасность услуги – это комплекс свойств услуги (процесса), при которых она под влиянием внутренних и внешних опасных (вредных) факторов оказывает воздействие на потребителя, не подвергая его жизнь, здоровье и имущество риску.

Услуги общественного питания подразделяют:

- на услуги питания;
- услуги по изготовлению продукции общественного питания;
- услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию;
- услуги по реализации продукции общественного питания и покупных товаров;
- услуги по организации досуга, в том числе развлекательные;
- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- прочие услуги общественного питания.

Услуги питания представляют собой услуги по изготовлению продукции общественного питания, созданию условий для реализации и потребления продукции общественного питания и покупных товаров на предприятиях общественного питания, а также с возможностью предоставления услуг по организации досуга и других дополнительных услуг.

Услуги по изготовлению продукции общественного питания включают изготовление продукции общественного питания: полуфабрикатов, кулинарных изделий, блюд, мучных кондитерских и булочных изделий, в том числе по заказам потребителей, в сложном исполнении, с дополнительным оформлением.

Услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию включают:

- организацию питания и обслуживание различных мероприятий (банкетов, корпоративных вечеров, праздников и др.), в том числе выездное обслуживание (кейтеринг);
- организацию питания и обслуживание участников конференций, семинаров, совещаний, в том числе выездное обслуживание (кейтеринг);
- организацию питания и обслуживание потребителей в зонах отдыха, на культурно-массовых и спортивных мероприятиях и т.д.;
- организацию потребления алкогольных и безалкогольных напитков на месте оказания услуг, включая изготовление коктейлей, свежеотжатых соков и других напитков собственного производства;

- обслуживание потребителей в пути следования пассажирского железнодорожного, водного и воздушного транспорта;
- доставку продукции общественного питания и обслуживание потребителей на рабочих местах и на дому;
- доставку продукции общественного питания по заказам проживающих и обслуживание в номерах гостиниц и других средствах размещения (рум-сервис);
- организацию рационального комплексного питания для определенных контингентов потребителей.

Услуги по реализации продукции общественного питания включают:

- реализацию продукции общественного питания и покупных товаров на вынос из зала предприятия общественного питания;
- реализацию продукции общественного питания и покупных товаров через столы заказов, буфеты, окна раздачи и т.д.;
- реализацию продукции общественного питания и покупных товаров вне предприятия, в том числе в раздаточных и доготовочных предприятиях общественного питания, в летних кафе, филиалах, магазинах кулинарии и отделах кулинарии;
- реализацию продукции общественного питания и покупных товаров в собственной мелкорозничной сети (киоски, палатки, павильоны, средства развозной и разносной торговли и пр.);
- реализацию продукции общественного питания и покупных товаров через розничную торговую сеть;
- комплектацию наборов продукции общественного питания и покупных товаров в дорогу потребителям, в том числе туристам для самостоятельного приготовления.

Услуги по организации досуга, в том числе развлекательные, включают:

- организацию музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания;
- организацию проведения концертов, программ варьете и видео-программ и пр.;
- предоставление потребителям музыкального, развлекательного (анимационного) и телевизионного сопровождения;
- услуги для организации процесса курения (кальяны, сигары, сигареты, спички, зажигалки, пепельницы);
- предоставление потребителям прессы (газет, журналов);

- предоставление потребителям спортивных настольных игр, игровых автоматов, в том числе детям младшего возраста в детских игровых комнатах;

- организацию детских игровых комнат для детей младшего возраста.

Информационно-консультационные (консалтинговые) услуги включают:

- консультации специалистов по изготовлению, оформлению, подаче продукции общественного питания и сервировке стола;

- консультации специалистов по организации диетического питания при различных заболеваниях;

- консультации специалистов по подбору вин и алкогольной продукции;

- консультации специалистов по подбору табака и табачной продукции;

- тренинги персонала предприятий питания;

- организацию обучения кулинарному мастерству;

- организацию выставок индустрии питания и участие в выставках.

Прочие услуги общественного питания включают:

- бронирование мест в залах предприятия общественного питания по заказам потребителей;

- продажу талонов по реализации рационов питания (бизнес-ланчи, ланчи, бранчи и т.п.);

- услуги повара, кондитера на дому;

- услуги официанта, бармена для обслуживания на дому;

- прокат столового белья, посуды, приборов, передвижного (мобильного) кухонного оборудования и инвентаря;

- продажу цветов, сувениров и сопутствующих товаров;

- предоставление парфюмерии, средств личной гигиены, принадлежностей для чистки одежды, обуви и пр.;

- упаковку продукции общественного питания, оставшейся после обслуживания, для потребителей;

- упаковку продукции общественного питания, приобретенной на предприятии;

- предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи на предприятии;

- предоставление Интернет-связи;

- предоставление условий для зарядки мобильных телефонов и переносных персональных компьютеров (ноутбуков);
- гарантированное хранение личных вещей потребителей (верхней одежды, сумок);
- вызов такси по заказу (просьбе) потребителя;
- предоставление организованной охраняемой стоянки для автомобилей потребителей на территории предприятия;
- организацию доставки продукции общественного питания.

Услуги по организации доставки продукции общественного питания включают:

- доставку продукции общественного питания по заказам потребителей, в том числе в офис, на рабочие места, на дом;
- доставку продукции общественного питания к железнодорожному, водному и воздушному транспорту для потребления в пути следования;
- доставку продукции общественного питания в магазины кулинарии и отделы кулинарии, на предприятия розничной торговли, в мелкорозничную сеть.

Перечень услуг общественного питания может быть расширен в зависимости от вида предприятия, специфики обслуживаемого контингента потребителей.

Критерием качества оказания услуг является уровень услуг.

Услуги общественного питания должны отвечать следующим общим требованиям:

- социальной адресности;
- функциональной пригодности;
- безопасности;
- эргономичности;
- эстетичности;
- информативности;
- гибкости.

Требование социальной адресности услуг предусматривает:

- обеспеченность услугами общественного питания и доступность для потребителей различных категорий;
- соответствие услуг ожиданиям потребителей, включая ассортимент предлагаемой продукции, метод и форму обслуживания, профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру оказываемых услуг;

- наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для приоритетных категорий потребителей (дети, люди с ограниченными физическими возможностями и др.).

Требование функциональной пригодности услуг предусматривает:

- точность и своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы предприятия, соблюдение ассортиментного перечня реализуемых блюд, изделий и напитков, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа, обслуживания потребителей и пр.;

- обеспечение условий для выбора потребителем услуг различных видов;

- соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификация персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной этики поведения.

При оказании услуг общественного питания на предприятиях общественного питания должны обеспечиваться безопасные условия для жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества, соблюдаться действующие правила оказания услуг общественного питания, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Продукция общественного питания должна соответствовать требованиям ГОСТ Р 50763 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия» и других нормативных и технических документов на продукцию конкретных видов при соблюдении действующих санитарно-эпидемиологических правил для предприятий общественного питания.

Персонал предприятий общественного питания должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах.

При оказании услуг общественного питания на предприятиях общественного питания должны обеспечиваться требования охраны окружающей среды, в том числе к территории, техническому состоянию и содержанию помещений, вентиляции, водоснабжению, канализации и другим факторам согласно положениям национальных стандартов системы безопасности труда.

Технологический процесс производства продукции общественного питания не должен оказывать негативного воздействия на окружающую среду.

Требование эргономичности услуг характеризует соответствие условий обслуживания и применяемых в процессе обслуживания мебели, оборудования гигиеническим, антропометрическим и физиологическим возможностям потребителей. Соблюдение требования эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания и способствует сохранению здоровья потребителей.

Требование эстетичности услуг характеризует стилевое единство, гармоничность дизайна помещений для потребителей и условий обслуживания, в том числе внешний вид персонала, оформление меню, сервировку стола, оформление и подачу блюд и напитков и пр.

Требование информативности услуг предполагает полное, достоверное и своевременное информирование потребителя обо всех предоставляемых услугах в зале и вне зала предприятия, обеспечивающее возможность их правильного выбора, а также информацию об изготовляемой и реализуемой продукции общественного питания.

Информацию об услугах доводят до сведения потребителей в наглядной и доступной форме посредством оформления информационных стендов или папок для потребителей, в меню, прейскурантах или иными способами, принятыми исполнителем услуг.

Требование информативности предполагает применение разнообразных видов современной рекламы.

Услуги общественного питания должны соответствовать *требованию гибкости*, которое характеризует способность услуг изменяться в соответствии с изменяющимися требованиями и условиями.

Для оценки и контроля качества услуг общественного питания используют следующие основные методы:

- экспертный – опрос и анкетирование исполнителей в сфере услуг общественного питания, оценку результатов опроса (анкетирования);
- социологический – опрос или интервьюирование потребителей услуг общественного питания, оценку результатов опроса (интервьюирования).

В ресторанах потребителям предлагают самый широкий перечень услуг. В ресторане можно получить услугу по обслуживанию официантом или барменом на дому. Рестораны при вокзалах и аэропортах занимаются доставкой кулинарной продукции и обслуживанием потребителей в пути следования пассажирского транспорта, а также предоставляют услугу по комплектации наборов кулинарной продукции в дорогу. Рестораны при гостиницах предоставляют своим гос-

тям услугу по доставке продукции в номер гостиницы. Многие предприятия общественного питания предлагают туристам и другим гостям города организованное рациональное комплексное питание по меню рациона дня. В комплексном питании, как правило, всегда заинтересованы группы туристов, участники съездов, конференций, совещаний. Кафе и рестораны для удобства своих корпоративных потребителей могут организовать предварительную продажу талонов и абонементов на обслуживание скомплектованными рационами, а также их оплату по безналичному расчету.

В ресторанах существует услуга по бронированию столика. Прием заказа можно осуществлять как по телефону, так и при личном контакте. Гостям по желанию резервируют самый удобный столик и заранее подготовят посадочные места.

В ресторанах, барах и кафе большое внимание уделяется организации отдыха потребителей. Самые распространенные услуги по организации досуга включают в себя:

- организацию музыкального обслуживания;
- организацию проведения концертных программ;
- предоставление газет, журналов;
- предоставление настольных игр, игровых автоматов, бильярда, боулинга.

Рестораны предлагают информационно-консультативные услуги следующего характера:

- в ресторане можно получить консультацию специалиста по изготовлению и оформлению кулинарной продукции, в том числе и в банкетном исполнении;
- в ресторане можно получить консультацию специалиста по приему гостей и сервировке стола к празднику;
- в ресторанах и кафе санаториев и пансионатов с лечением можно получить консультацию диетврача или диетсестры по вопросам использования продукции при различных видах заболеваний;
- при больших ресторанах организуют школы кулинарного и кондитерского мастерства и курсы повышения квалификации, где можно научиться поварскому или кондитерскому искусству или повысить мастерство под руководством опытных наставников.

Перечень услуг, предоставляемых предприятием общественного питания, может быть расширен в зависимости от его типа, класса, предприимчивости обслуживающего персонала и специфики обслуживаемого контингента потребителей.

Многие рестораны предоставляют услуги, которые можно отнести к числу прочих:

- прокат столового белья, посуды, приборов, инвентаря;
- организация продажи сувениров, цветов;
- предоставление парфюмерии и принадлежностей для чистки одежды и обуви;
- упаковка кулинарных и кондитерских изделий, приобретенных на предприятии;
- предоставление потребителям телефонной и других видов связи;
- гарантированное хранение верхней одежды, личных вещей, сумок и ценностей потребителей;
- вызов такси по заказу потребителя;
- парковка личных автомашин потребителей на охраняемой автостоянке.

Высококачественное обслуживание имеет решающее значение для конкурентоспособности любого предприятия питания.

1.4. Современные требования к обслуживающему персоналу

В соответствии с ГОСТ Р 50935-2007 «Услуги общественного питания. Требования к персоналу» к обслуживающему персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, занятых непосредственным обслуживанием потребителей: метрдотель (администратор зала), официант (помощник официанта), бармен (помощник бармена), сомелье, бариста, работник предприятия быстрого обслуживания, буфетчик, кассир, продавец магазина (отдела) кулинарии.

Метрдотель (администратор зала) – работник, занимающийся встречей потребителей в зале, обеспечивающий порядок в зале и осуществляющий контроль за обслуживанием потребителей официантами (барменами).

Официант – работник, занимающийся обслуживанием потребителей в зале, в том числе сервировкой стола, подачей блюд и напитков, расчетами с потребителями.

Бармен – работник, обслуживающий потребителей за барной стойкой и в зале, занимающийся приготовлением и подачей алкогольных, слабоалкогольных, горячих и других напитков, а также несложных блюд и закусок.

Сомелье – специалист по классификации, качеству и выбору вин, их хранению и подаче потребителям.

Бариста – специалист по качеству кофе, его хранению, приготовлению и подаче потребителям.

Работник предприятия быстрого обслуживания – работник, занимающийся приготовлением несложных блюд и напитков и обслуживанием потребителей на предприятиях быстрого обслуживания.

Буфетчик – работник, обслуживающий потребителей в буфете, занимающийся приготовлением и отпуском несложных блюд, закусок и напитков.

Кассир – работник, занимающийся выполнением кассовых операций и расчетами с потребителями.

Продавец магазина (отдела) кулинарии – работник, занимающийся реализацией кулинарных полуфабрикатов, кулинарных и мучных кондитерских и булочных изделий.

При установлении требований к персоналу учитывают следующие критерии оценки:

- уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе теоретические знания и практические навыки;
- способность к организации деятельности предприятий общественного питания и руководству персоналом (для менеджера, метрдотеля и др.);
- знание и соблюдение профессиональной этики;
- знание нормативных и руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности.

Персонал предприятий общественного питания всех типов и классов независимо от форм собственности должен проходить инструктаж с целью ознакомления с правилами внутреннего распорядка и организацией работы предприятия и правилами оказания услуг общественного питания.

Функциональные обязанности, права и квалификационные требования к персоналу должны быть зафиксированы в персонифицированных должностных инструкциях, утвержденных руководителем организации.

Администрация организации общественного питания должна систематически организовывать мероприятия по совершенствованию знаний, повышению квалификации и профессионального мастерства персонала на основе его теоретической подготовки и практических навыков.

Персонал предприятия общественного питания должен обеспечивать безопасность жизни и здоровья потребителей, а также сохранность их имущества при пребывании на предприятии. Весь персонал должен проходить подготовку по безопасным методам работы.

К персоналу предприятий общественного питания всех типов и классов предъявляют следующие **общие требования**:

- знание и соблюдение должностных инструкций и правил внутреннего распорядка предприятия (организации);
- соблюдение требований санитарии, правил личной гигиены и гигиены рабочего места;
- знание и соблюдение мер пожарной безопасности, правил охраны труда и техники безопасности;
- знание требований нормативных и технических документов на услуги общественного питания, в том числе на продукцию общественного питания;
- владение профессиональной терминологией;
- повышение квалификации работников (не реже одного раза в пять лет).

Обслуживающий персонал предприятия общественного питания должен быть одет в соответствующую форменную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца.

Работники предприятия общественного питания на форменной одежде могут носить служебный значок с эмблемой предприятия и указанием фамилии и должности.

Обслуживающий персонал предприятия общественного питания должен проходить предварительные (при поступлении на работу) и периодические медицинские осмотры, гигиеническую подготовку и аттестацию в установленном порядке.

Профессиональными этическими нормами поведения персонала предприятий общественного питания являются: вежливость, тактичность, доброжелательность, внимательность и предупредительность в отношениях с потребителями в пределах своих должностных обязанностей.

На предприятиях общественного питания классов люкс и высший должен работать персонал, знакомый со спецификой иностранной кулинарии и особенностями обслуживания потребителей зарубежных стран.

Требования к метрдотелю (администратору, менеджеру зала)

Общие требования

Метрдотель (администратор зала) должен:

- иметь профессиональное образование и пройти профессиональную подготовку;
- знать основы законодательства об административных правонарушениях и основы трудового законодательства, правила оказания услуг общественного питания, нормативные и технические документы, касающиеся его профессиональной деятельности;
- нести ответственность за подготовку зала к обслуживанию, за соблюдение режима работы предприятия, за поддержание надлежащего порядка в зале;
- нести ответственность за организацию встречи и приветствия потребителей, в том числе разрабатывать процедуру встречи потребителей, устанавливать порядок субординации, контролировать порядок общения персонала с потребителями;
- знать правила и технологию обслуживания потребителей, основные правила этикета и сервировки столов, уметь составлять винную карту;
- знать основы приготовления блюд, напитков и изделий, в том числе фирменных, особенности оформления и правила их подачи, консультировать потребителей в выборе блюд и напитков;
- знать иностранный язык (английский и/или соответствующий специализации предприятия) в пределах разговорного минимума и профессиональную терминологию (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);
- знать особенности обслуживания специальных мероприятий в залах предприятий общественного питания и при выездном обслуживании, а также отдельных контингентов потребителей;
- знать и соблюдать правила международного этикета (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);
- осуществлять контроль за качеством обслуживания потребителей официантами и барменами;
- обеспечивать в зале доброжелательную атмосферу, рассматривать претензии потребителей, связанные с обслуживанием, и принимать по ним решения;
- организовывать обслуживание престарелых и инвалидов в залах предприятий общественного питания с самообслуживанием;

- знать расположение средств противопожарной защиты и сигнализации и правила пользования ими, номера телефонов служб вызова такси, служб экстренного вызова (милиции, скорой помощи, пожарной службы) и т.п.;

- организовывать эвакуацию потребителей из предприятия в чрезвычайных ситуациях.

Администратор зала (метрдотель, менеджер зала) руководствуется в своей деятельности должностной инструкцией, утвержденной руководителем предприятия, в соответствии с которой:

а) обеспечивает высокую культуру обслуживания потребителей, организует процесс обслуживания, руководит работой официантов, буфетчиков, уборщиков торговых помещений, мойщиков посуды, резчиков хлеба, кассиров и других работников зала, швейцаров, гардеробщиков, а также артистов, музыкантов;

б) составляет график выхода на работу перечисленных работников и следит за его выполнением, осуществляет распределение официантов на бригады и по рабочим местам;

в) организует своевременную подготовку зала к открытию, в течение торгового дня – следит за чистотой зала, поддержанием в нем порядка, за сервировкой столов, соблюдением правил торговли и цен, обеспечением высокой культуры обслуживания, выполнением официантами правил личной гигиены и ношения форменной одежды, а также контролирует правильность расчетов официантов с потребителем. По окончании рабочего дня – следит за уборкой зала, за сдачей официантами выручки в кассу, за сдачей посуды, приборов и белья, полученных ими в подотчет;

г) встречает потребителей и помогает им в выборе места в зале, обеспечивает предъявление официантами «Книги отзывов по первому требованию потребителей, разрешает возникающие конфликты между работниками и потребителем;

д) принимает и оформляет заказы на обслуживание различных торжеств, отвечает за правильную их организацию;

е) обеспечивает подготовку предприятия к проведению тематических балов, вечеров и т. п. празднеств (решает вопросы рекламы, оформления залов, форменной одежды официантов, программы музыкальных и эстрадных выступлений, участвует в составлении специального меню совместно с заведующим производством или шеф-поваром);

ж) постоянно проводит работу по совершенствованию профессиональных знаний официантов.

Администратор зала (метрдоатель) **должен знать:**

- формы обслуживания (в том числе прогрессивные), правила торговли и обслуживания;
- правила сервировки столов и этикет при обслуживании потребителей, порядок расчетов с ними;
- организацию обслуживания банкетов, встреч, приемов, порядок и правила оформления и подачи блюд и напитков;
- основы технологии приготовления блюд по меню и требования к их качеству;
- правила работы на контрольно-кассовых аппаратах.

Администратор зала, если он является материально ответственным лицом, может нести материальную ответственность за товарно-материальные ценности, полученные в подотчет, индивидуально или в составе бригады; отвечает за эксплуатацию торговой мебели, музыкальных автоматов, правильное оформление счетов официантами.

Администратор зала:

- не допускает или отстраняет от работы официантов или других работников зала, нарушивших трудовую дисциплину или явившихся на работу в неопрятном виде, ставя в известность об этом руководителя предприятия;
- требует правильного оформления и надлежащего качества блюд и кулинарных изделий, отпускаемых с производства, а в случае несоответствия блюд требованиям технологии – возвращает их для замены;
- контролирует выполнение официантами и буфетчиками безопасных приемов работы со стеклянной тарой и посудой, режущими инструментами и т. п.

Характеристика работ менеджера зала первого квалификационного уровня:

1. Организация и контроль подготовки зала ресторана к обслуживанию:

- соблюдать правила подготовки зала ресторана к определенному виду обслуживания;
- владеть методами обслуживания гостей;
- обеспечивать рациональную организацию труда персонала;
- соблюдать и контролировать последовательность подготовки зала ресторана к работе;
- контролировать качество уборки зала ресторана, мебели и т. д.;

- осуществлять контроль инвентаризации: чистые скатерти, салфетки, столовые приборы, посуда и т. д.;
- контролировать сервировку столов в зависимости от вида обслуживания, оформление барной стойки и т. д.;
- соблюдать сроки подготовки зала ресторана к обслуживанию;
- контролировать соблюдение установленных стандартов одежды, аккуратного внешнего вида и личной гигиены.

2. Встреча и приветствие гостей:

- обладать коммуникативными качествами;
- знать процедуру встречи гостей (приветствие, рассаживание, прощание);
- обладать необходимыми сведениями о винах, спиртных и прочих напитках, предлагаемых блюдах;
- консультировать гостей при выборе блюд и напитков, по предлагаемым услугам, действующим скидкам и прочее;
- использовать приемы межличностного общения;
- соблюдать правила протокола и этикета;
- обладать профессиональной культурой речи;
- поддерживать положительный имидж ресторана.

3. Работа с гостями ресторана:

- обладать профессиональной культурой речи;
- владеть разговорным иностранным языком (одним) в профессиональной сфере;
- владеть приемами ведения переговоров с гостями и партнерами;
- устно общаться с гостями ресторана, партнерами и органами контроля;
- расширять базу постоянных гостей;
- изучать вкусы гостей;
- принимать меры по разрешению претензий;
- учитывать и анализировать претензии и пожелания гостей;
- разрешать конфликтные ситуации;
- использовать приемы межличностного общения;
- соблюдать правила протокола и этикета;
- принимать и оформлять заказы на обслуживание банкетов;
- максимально полно удовлетворять запросы гостей;
- соблюдать правила ведения деловой переписки;
- поддерживать положительный имидж ресторана.

4. Работа с персоналом:

- внедрять программы мотивации персонала;
- составлять графики работы персонала ресторана;

- создавать условия по адаптации персонала ресторана;
- создавать благоприятный климат в команде;
- приводить обучение вновь принятых работников;
- поддерживать внутренние коммуникативные связи;
- выявлять и анализировать проблемы в работе с персоналом;
- оказывать помощь работникам в разрешении проблем;
- поддерживать внутрифирменную культуру и социальную этику.

5. Контроль обслуживания гостей в ресторане:

- контролировать процедуру встречи и приветствия гостей;
- контролировать прием заказа;
- контролировать последовательность выполнения заказа;
- контролировать соблюдение приемов обслуживания;
- контролировать подачу блюд и напитков;
- контролировать соблюдение установленных сроков и темпов обслуживания гостей;
- контролировать процедуру подготовки счета и принятия оплаты;
- контролировать соблюдение правил протокола и этикета;
- контролировать соблюдение правил межличностного общения обслуживающим персоналом.

6. Контроль соблюдения благоприятных и безопасных условий труда:

- контролировать соблюдение инструкций по безопасности (личной, общественной и предприятия) ;
- контролировать техническое состояние оборудования;
- контролировать соблюдение санитарных требований к залу и подсобным помещениям ресторана;
- контролировать соблюдение чистоты и порядка на рабочем месте;
- контролировать соблюдение требований охраны труда;
- контролировать соблюдение требований пожарной безопасности;
- соблюдать требования экологической безопасности;
- вести внутреннюю документацию.

7. Контроль использования материально-технических ресурсов:

- осуществлять правильное и своевременное ведение документации;
- контролировать наличие материально-технических ресурсов (по количеству и качеству);
- соблюдать порядок приема, учета и расходования материальных ресурсов;

- проводить инвентаризацию материально-технических ресурсов;
- готовить документы на списание материальных средств.

8. Проведение рекламных мероприятий:

- владеть приемами проведения различных мероприятий в ресторане (шоу и арт-программ, розыгрышей призов, презентаций и т. д.);
- владеть основной информацией по проведению рекламных мероприятий предлагаемых товаров или услуг;
- продвигать ресторанные услуги на рынок;
- проводить сбор информации по результатам рекламных мероприятий;
- изучать обратную связь;
- соблюдать этикет.

9. Внедрение новых форм обслуживания:

- изучать потребительские предпочтения;
- изучать и осваивать прогрессивные формы обслуживания;
- продвигать ресторанные услуги на рынок;
- проводить презентацию новых форм обслуживания и дополнительных услуг;
- изучать отзывы гостей.

10. Обеспечение высокого уровня продаж:

- создавать приятную и дружелюбную атмосферу в зале ресторана;
- контролировать наличие необходимых запасов товарно-материальных ресурсов;
- ежедневно проводить анализ уровня продаж вин, напитков и блюд;
- определять вкусы и предпочтения гостей и рейтинг наиболее популярных вин, напитков и блюд;
- изучать психологию гостя и его потребности;
- проводить презентацию вин, напитков и блюд;
- формировать спрос и реагировать на его изменения;
- максимально полно удовлетворять запросы гостей.

11. Контроль подготовки зала ресторана к завершению работы:

- контролировать процедуру возврата вин, напитков, посуды, приборов и т. д.;
- контролировать уборку мебели, оборудования и помещений;
- контролировать соблюдение правил мойки посуды;
- контролировать порядок передачи товарных ценностей другой смене;
- соблюдать санитарные требования к торговым и подсобным помещениям;
- соблюдать требования пожарной безопасности.

12. Самоменеджмент:

- планировать рабочий день;
- повышать свою квалификацию;
- быстро и правильно реагировать на изменение ситуации;
- быть способным к переменам;
- владеть программным обеспечением;
- использовать офисную оргтехнику;
- работать с электронной почтой и интернетом;
- обладать коммуникативными качествами;
- проявлять инициативу и принимать решения в рамках компетентности.

13. Требования к практическому опыту работы:

- не менее одного года на предприятии питания

14. Наименование должностей:

- менеджер зала;
- помощник менеджера;
- администратор.

15. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- среднее профессиональное образование;
- профессиональное обучение.

Характеристика работ менеджера зала второго квалификационного уровня:

1. Организация работы ресторана:

- владеть принципами организации взаимосвязанной работы всех структурных подразделений ресторана;
- обеспечивать рациональную организацию труда персонала;
- обеспечивать наличие необходимых запасов товарно-материальных ресурсов;
- контролировать техническое состояние технологического оборудования;
- осуществлять правильное и своевременное ведение документации;
- обеспечивать экологическую и противопожарную безопасность в ресторане;
- создавать благоприятные и безопасные условия для гостей и персонала.

2. Планирование рабочего времени и потребностей ресторана:

- составлять графики работы и расписание подчиненным;
- планировать расход времени, связанного с определениями условиями («час пик», сезон работы и т. д.);
- приводить анализ эффективности использования рабочего времени;
- планировать рабочий день;
- проводить анализ потребностей в ресурсах;
- проводить анализ потребительского спроса;
- проводить анализ перспективности рынка;
- обеспечивать оптимизацию работы ресторана.

3. Организация и контроль обслуживания гостей в ресторане:

- знать принципы организации обслуживания гостей в зависимости от вида обслуживания;
- организовывать и контролировать взаимодействие зала ресторана с другими подразделениями (кухня, бар, винный погреб и т. д.);
- контролировать методы обслуживания гостей и уровень продаж в ресторане;
- контролировать соблюдение внутрифирменных стандартов обслуживания;
- контролировать максимально полное удовлетворение запросов гостей.

4. Формирование профессиональной команды:

- проводить прием и расстановку кадров;
- распределять обязанности и делегировать полномочия;
- планировать и внедрять систему мотивации и дисциплинарной ответственности персонала;
- проводить анализ эффективности материального и морального стимулирования персонала;
- контролировать обучение персонала;
- проводить оценку персонала;
- создавать благоприятный климат в команде;
- поддерживать внутренние коммуникативные связи;
- эффективно управлять персоналом;
- внедрять внутрифирменную культуру и социальную этику;
- проводить аттестацию персонала и участвовать в ней.

5. Организация внутрифирменного обучения персонала:

- планировать систему профессионального обучения работников ресторана;

- проводить подбор тренингов, курсов, учебных программ в соответствии с поставленными задачами;

- проводить оценку полученных знаний персоналом после обучения.

6. Ведение работы с поставщиками:

- устанавливать и поддерживать коммерческие связи;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать рынок поставщиков и товарно-материальных ресурсов;

- определять и составлять полный и достаточный список поставщиков;

- выбирать продукты питания, спиртные напитки, расходные материалы и прочие товары;

- определять качество выбранного товара;

- определять реальное соотношение цены и качества товара;

- составлять договора с поставщиками;

- определять сроки и объемы закупок товарных позиций;

- вести деловые переговоры;

- использовать приемы делового общения.

7. Разработка внутренней документации:

- владеть методикой разработки нормативной и технологической документации;

- разрабатывать внутренние стандарты, инструкции, правила и т. д.;

- разрабатывать методики по обучению персонала, изучению вкусов гостей и прочее;

- обрабатывать информацию в области делопроизводства;

- владеть программным обеспечением;

- работать с электронной почтой и интернетом;

- использовать офисную оргтехнику.

8. Внедрение изменений в работу ресторана:

- принимать решения о необходимости внедрения изменений в рамках своей компетенции;

- проводить анализ потребительских предпочтений и вносить предложения о внедрении изменений;

- планировать процесс внедрения изменений;

- подготавливать персонал к преобразованиям;

- проводить дополнительное профессиональное обучение персонала при внедрении изменений;

- оптимизировать расходы при введении изменений;

- осуществлять анализ эффективности внедрения изменений.

9. Организация проведения рекламных мероприятий:

- планировать проведение рекламных мероприятий;
- владеть приемами рекламной деятельности;
- организовывать и проводить специальные акции, направленные на продвижение продукта и привлечение гостей;
- обучать персонал для проведения рекламных мероприятий;
- обрабатывать информацию о результатах рекламных мероприятий.

10. Обеспечение прибыльности предприятия питания:

- обеспечивать оптимальное штатное расписание;
- обеспечивать максимальную продажу предлагаемого ассортимента;
- обеспечивать оптимальную по цене, количеству, качеству и времени бесперебойную поставку товарно-материальных ресурсов;
- осуществлять контроль сохранности товарно-материальных ресурсов;
- обеспечивать конфиденциальность коммерческой деятельности в рамках своей компетенции;
- реагировать на изменения объемов продаж и вкусов гостей;
- продвигать новые товары и услуги на рынок;
- оптимизировать расходы при ведении бизнеса;
- осуществлять анализ внутренней отчетности;
- предоставлять отчетность по коммерческой деятельности предприятия.

11. Контроль поддержания положительного имиджа ресторана:

- следовать внутрифирменным принципам ведения бизнеса;
- следовать принципам добросовестной деловой практики;
- эффективно управлять подразделениями ресторана;
- повышать общекультурный и профессиональный уровень персонала ресторана;
- работать с представителями общественных и иных организаций;
- контролировать конфиденциальность коммерческой деятельности;
- совершенствовать методы контроля, применяемые в ресторане.

12. Самоменеджмент:

- определять цель и ставить задачи;
- поддерживать свой общекультурный уровень;
- непрерывно повышать свою компетенцию;
- владеть приемами публичного выступления;
- владеть ораторским мастерством;

- владеть методами психологического контроля ситуации;
- разрешать проблемы;
- планировать профессиональную карьеру;
- участвовать в конгрессах, конференциях, конкурсах и т. д.;
- проводить семинары, мастер-классы;
- применять новации и творческий подход.

13. Требования к практическому опыту работы:

- не менее 1 года на первом квалификационном уровне.

14. Наименование должностей:

- управляющий предприятия питания;
- менеджер ресторана;
- менеджер предприятия питания;
- менеджер зала.

15. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- степень (квалификация) бакалавр;
- среднее профессиональное образование;
- профессиональное обучение.

Требования к официантам

Общие требования

Официант должен:

- иметь профессиональное образование и владеть практическими навыками или пройти профессиональную подготовку;
- знать и соблюдать правила обслуживания потребителей, основные правила этикета, правила сервировки стола;
- знать виды и назначение посуды, приборов, столового белья, применяемых при обслуживании потребителей;
- знать особенности приготовления и подачи блюд, изделий и напитков, в том числе фирменных, национальных и блюд иностранных кухонь;
- знать правила и очередность подачи блюд, напитков, требования к их оформлению и температуре подачи, соответствие ассортимента алкогольных напитков характеру и очередности подаваемых блюд;
- знать правила международного этикета (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);
- уметь порционировать и доводить до готовности кулинарные изделия на виду у потребителей (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);

- знать и соблюдать особенности обслуживания специальных мероприятий в залах предприятий общественного питания и при выездном обслуживании, а также особенности обслуживания отдельных контингентов потребителей;

- знать характеристики блюд, изделий и напитков, включенных в меню, уметь предложить их потребителям и предоставить краткую информацию о них в процессе обслуживания;

- знать иностранный язык (английский и/или соответствующий специализации предприятия) в пределах разговорного минимума и профессиональной терминологии (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);

- знать формы расчетов с потребителями;

- знать правила эксплуатации контрольно-кассовой техники, порядок оформления счетов и расчета по ним с потребителями.

Характеристика работ официанта III разряда

Официант III разряда должен уметь обслуживать потребителей на предприятиях общественного питания с различной степенью сложности сервировки столов, с несложным ассортиментом блюд по предварительно оплаченным путевкам, чекам, талонам и за наличные деньги без оформления и предъявления потребителям счетов или без оформления денег на контрольно-кассовой машине. Он обслуживает потребителей в диетических столовых при санаториях, пансионатах, профилакториях, турбазах и домах отдыха, ресторанах на экскурсионных судах, вагонах-ресторанах поездов дальнего следования, ресторанах, реализующих скомплектованные рационы питания, и др.

Официант III разряда в залах ресторанов, кафе, баров осуществляет разносную торговлю кондитерскими изделиями, сувенирами, цветами и другими товарами; в пассажирских вагонах – горячими первыми и вторыми блюдами, кисло-молочной продукцией, кулинарными и кондитерскими изделиями, сувенирами, дорожными наборами, безалкогольными напитками, булочными изделиями. Он производит накрытие и предварительную сервировку столов, замену скатертей и салфеток по мере их загрязнения. В сфере его ответственности находятся уборка столов и сдача использованной посуды, приборов, столового белья.

Официант III разряда ***должен знать***: правила сервировки столов и правила обслуживания при реализации предварительно оплаченных скомплектованных рационов; краткую кулинарную характеристику,

очередность и температуру подачи блюд, цены на реализуемую кулинарную продукцию, кондитерские изделия и покупные товары; виды, назначение и требования к используемой столовой посуде, приборам, белью, порядок их получения и сдачи; правила эксплуатации применяемого оборудования и инвентаря; порядок расчета с потребителями, сдачи наличных денег, чеков, талонов.

Характеристика работ официанта IV разряда

Официант IV разряда должен уметь обслуживать потребителей на предприятиях общественного питания со сложной сервировкой столов: в ресторанах и барах класса «люкс» и высшего класса, в тематических ресторанах первого класса и в престижных кафе. Он занимается приемом заказов от потребителей, оформлением и предъявлением им счетов, осуществляет обслуживание как на предприятии общественного питания, так и на дому у заказчика и на выездном обслуживании.

Официант IV разряда участвует в обслуживании по заказам организаций и отдельных лиц, приемов, свадебных торжеств, юбилейных дат, товарищеских встреч, семейных обедов, вечеров отдыха, тематических вечеров, как на территории предприятия питания, так и на выезде. Он оказывает потребителям помощь в выборе закусок, блюд и напитков и подает их на столы, рассчитывается с потребителями по счетам.

Официант IV разряда ***должен знать***: формы и правила обслуживания потребителей в ресторанах, кафе, барах, где предлагается сложный ассортимент с включением в меню фирменных заказных блюд, напитков и кондитерских изделий; виды и правила сервировки столов и обслуживания различных приемов, торжеств, мероприятий по заказам организаций и отдельных лиц; ассортимент, нормы выхода, подробную кулинарную характеристику блюд, правила подачи и цены на реализуемые блюда, изделия и напитки; порядок оформления счетов и расчета по ним с потребителями; правила эксплуатации контрольно-кассовых машин.

Характеристика работ официанта V разряда

Официант V разряда должен уметь обслуживать потребителей на предприятиях общественного питания с особо сложной сервировкой столов, отражающей национальные особенности и тематическую направленность предприятия. Он должен уметь обслуживать потребителей в ресторанах и барах класса «люкс» и высшего класса, где разработан собственный фирменный стиль и существует специфика реализации и подачи продукции.

Официант V разряда обеспечивает качественное обслуживание торжественных и официальных приемов, совещаний, конференций, переговоров, съездов. Он определяет потребность в посуде, столовом белье, приборах для конкретного вида банкета, исходя из меню и количества участников. Он организует обслуживание иностранных туристов.

Официант V разряда должен уметь работать на контрольно-кассовой машине и производить все расчеты с потребителями, как при индивидуальном, так и при групповом обслуживании. Он подает фирменные блюда и напитки с проведением заключительных операций на виду у заказавшего эти блюда, а также осуществляет все наиболее сложные виды подач.

Официант V разряда должен знать: виды и правила особо сложной сервировки столов, отражающие национальную особенность и тематическую направленность предприятия; формы и правила обслуживания иностранных туристов, потребителей на торжественных и официальных приемах, совещаниях, конференциях, переговорах, съездах; соответствие ассортимента вин и винно-водочных изделий характеру и очередности подаваемых блюд; особенности питания иностранных туристов; формы организации труда официантов (индивидуальная, бригадно-звеньевая, бригадная); иностранный язык в пределах разговорного минимума.

Характеристика работ официанта начального квалификационного уровня:

1. Подготовка зала к обслуживанию:

- подготавливать рабочее место;
- пользоваться моющими и дезинфицирующими средствами;
- убирать различные виды мебели;
- соблюдать санитарные требования к торговым и подсобным помещениям;
- соблюдать требования личной гигиены;
- соблюдать требования пожарной безопасности и охраны труда;
- соблюдать установленные стандарты одежды и поддерживать аккуратный внешний вид.

2. Подготовка и хранение столового белья, посуды и приборов:

- получать и подготавливать столовое белье, посуду и приборы к обслуживанию;

- поддерживать необходимый запас столового белья, посуды и приборов;
- вести учет столового белья, посуды и приборов;
- полировать посуду и приборы, стекло и хрусталь;
- владеть методами инвентаризации и хранения столового белья, посуды и приборов.

3. Сервировка стола:

- накрывать столы скатертями;
- выполнять предварительную сервировку;
- соблюдать правила сервировки (предварительной, исполнительной, специальной);
- складывать полотняные салфетки;
- соблюдать сроки и приемы сервировки;
- владеть техникой сервировки;
- быстро и точно сервировать стол.

4. Приветствие и размещение гостей за столом:

- владеть коммуникативными качествами;
- владеть базовым словарным запасом, основами грамматики, лексики и фонетики русского языка;
- соблюдать правила межличностного общения;
- владеть профессиональной культурой речи и применять правильную транскрипцию (произношение) иностранных названий;
- знакомить гостя с программами и скидками, действующими в определенные дни и часы;
- устанавливать и поддерживать визуальный контакт с гостем;
- владеть ясной и четкой речью;
- владеть профессиональной терминологией;
- соблюдать правила протокола и этикета.

5. Прием заказа:

- владеть необходимыми сведениями о блюдах и напитках, реализуемых в зале;
- соблюдать правила приема заказа;
- уточнять заказ;
- поддерживать визуальный контакт с гостем;
- владеть коммуникативными качествами;
- владеть базовым словарным запасом, основами грамматики, лексики и фонетики;

- владеть профессиональной культурой речи и применять правильную транскрипцию (произношение) иностранных названий;
- соблюдать правила межличностного общения;
- соблюдать правила этикета;
- знакомить гостя с программами и скидками, действующими в определенные часы и дни.

б. Выполнение заказа:

- владеть методами обслуживания гостей в зале;
- соблюдать последовательность выполнения заказа;
- передавать заказ на производство, в бар и винный погреб;
- получать исполненный заказ с производства, бара и винного погреба;
- соблюдать правила переноски заказов на подносе;
- владеть техникой подачи блюд и напитков на специальных тележках;
- подавать табачные изделия;
- подавать специи и приправы;
- подавать полоскательницы;
- заменять пепельницы;
- владеть техникой приготовления льда;
- соблюдать инструкции по эксплуатации оборудования для приготовления льда;
- соблюдать чистоту и порядок на рабочем месте.

7. Подача заказанных блюд и напитков:

- использовать приемы обслуживания гостей в зале;
- подавать холодные блюда и закуски;
- подавать горячие закуски;
- подавать супы;
- подавать основные блюда;
- подавать сладкие блюда и десерты;
- подавать кондитерские изделия;
- подавать хлеб и хлебобулочные изделия;
- подавать пиво;
- подавать минеральные воды, соки и горячие напитки;
- подавать смешанные напитки;
- применять ресторанные аксессуары и инструменты;
- соблюдать температурный режим подачи блюд и напитков;
- соблюдать правила протокола и этикета.

8. Подготовка и обслуживание столов-экспресс:

- владеть принципами подготовки и обслуживания столов-экспресс;
- соблюдать правила подготовки залов-экспресс и столов-экспресс к обслуживанию;
- создавать секции горячих и холодных блюд и напитков;
- поддерживать необходимый запас блюд и напитков;
- поддерживать чистоту и порядок на столе;
- соблюдать правила сервировки столов-экспресс;
- применять технические устройства;
- соблюдать правила этикета.

9. Подготовка и помощь в обслуживании банкетов:

- владеть приемами обслуживания неофициальных банкетов;
- владеть особенностями подготовки зала и сервировки столов при обслуживании банкетов и фуршетов;
- подготавливать зал к обслуживанию банкетов;
- расставлять столы и использовать скатерти;
- сервировать столы;
- применять ресторанные аксессуары и инструменты;
- соблюдать правила переноски заказов на подносе;
- владеть техникой подачи продукции на специальных тележках;
- создавать комфортные условия для гостя;
- поддерживать чистоту и порядок на столе;
- соблюдать правила протокола и этикета.

10. Обслуживание гостей в кофейном зале:

- владеть приемами обслуживания гостей в кофейном зале;
- соблюдать правила сервировки чайного и кофейного стола;
- подавать хлебобулочные изделия;
- подавать кондитерские изделия и десерты;
- владеть технологией приготовления чая и кофе;
- подавать чай и кофе;
- соблюдать температурный режим подачи чая, кофе, десертов, хлебобулочных и кондитерских изделий;
- соблюдать инструкции по эксплуатации специализированного оборудования;
- соблюдать правила протокола и этикета;

11. Подготовка выездных мероприятий по обслуживанию:

- подготавливать технические устройства, ресторанные аксессуары и инструменты для выездных (кейтеринговых) мероприятий;

- получать и подготавливать столовое белье, посуду и приборы для выездных (кейтеринговых) мероприятий;
- соблюдать способы складирования и перевозки технических устройств, столового белья и посуды;
- соблюдать правила учета столового белья, посуды и приборов.

12. Уборка и замена использованных посуды, приборов и скатертей:

- соблюдать правила уборки и замены использованных тарелок, приборов и скатертей;
- соблюдать сроки, приемы и последовательность уборки стола;
- владеть техникой переноса использованной посуды и приборов (на подносе, без подноса);
- использовать для переноски посуды и приборов специальные тележки.

13. Поддержание положительного имиджа предприятия:

- соблюдать правила межличностного общения;
- использовать приемы общения, ориентированные на гостя;
- создавать приятное впечатление у любого гостя;
- осуществлять контроль степени алкогольного опьянения гостя;
- владеть профессиональной культурой речи и применять правильную транскрипцию (произношение) иностранных названий;
- соблюдать внутрифирменные методы решения проблем;
- соблюдать правила протокола и этикета.

14. Подготовка зала к закрытию:

- приводить в порядок рабочее место;
- соблюдать правила подготовки зала к закрытию;
- соблюдать правила возврата столового белья, посуды и приборов;
- соблюдать правила инвентаризации столового белья, посуды и приборов;
- контролировать чистоту ресторанной посуды и приборов.

15. Саморазвитие:

- рационально организовывать рабочее место;
- работать в команде;
- изучать и использовать приемы визуального общения между персоналом;
- точно выполнять работу;
- повышать квалификацию;

- владеть техникой перемещения в ограниченном пространстве;
- вырабатывать профессиональную походку и движение;
- избегать вредных привычек;
- быть доброжелательным, внимательным и честным;
- владеть ясной и четкой речью;
- развивать хорошую память и наблюдательность;
- соблюдать субординацию.

16. Требования к практическому опыту:

- не предъявляются.

17. Специфические требования к состоянию здоровья:

- наличие личной медицинской книжки.

18. Наименование должностей:

- официант;
- помощник официанта.

19. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- начальное профессиональное образование;
- среднее (полное) общее образование;
- основное общее образование;
- профессиональное обучение.

Характеристика работ официанта первого квалификационного уровня

В должностные обязанности официанта на первом квалификационном уровне входит:

1. Контроль и подготовка зала к обслуживанию:

- соблюдение правил и последовательности подготовки зала к обслуживанию;
- контроль расстановки столов различными способами в зависимости от вида обслуживания;
- применение искусственного освещения – настольных ламп и свечей;
- владение приемами аранжировки цветами;
- подготовка рабочего места;
- контроль применения моющих и дезинфицирующих средств;
- контроль соблюдения правил уборки различных видов мебели;
- контроль соблюдения санитарных требований к торговым и подсобным помещениям;
- соблюдение личной гигиены;

- соблюдение требований пожарной безопасности и охраны труда;
- соблюдение установленных стандартов одежды и аккуратного внешнего вида.

2. Контроль и сервировка стола:

- владение техникой сервировки;
- контроль накрытия столов скатертями;
- контроль соблюдения сервировки стола в зависимости от вида обслуживания;
- контроль складывания полотняных салфеток;
- контроль соблюдения сроков сервировки;
- исполнительная сервировка в процессе обслуживания;
- соблюдение правил специальной сервировки;

3. Приветствие гостей, предложение меню:

- владение коммуникативными качествами;
- владение профессиональной культурой речи;
- владение базовым словарным запасом одного иностранного языка для сфер обслуживания;
- владение профессиональной терминологией;
- использование приемов межличностного общения;
- установление и поддержание визуального контакта с гостем;
- владение ясной и четкой речью;
- знакомство гостя с программами и скидками, действующими в определенные дни и часы;
- создание комфортных условий для гостя;
- поддержание положительного имиджа ресторана.

4. Помощь в выборе блюд и напитков, прием заказа:

- установление контакта с гостем;
- владение необходимыми сведениями о винах и прочих напитках;
- владение краткой характеристикой блюд;
- консультирование гостей относительно выбора блюд и напитков;
- предложение особых и фирменных блюд и напитков;
- соблюдение правил приема и уточнения заказа;
- обладание коммуникативными качествами;
- обладание профессиональной культурой речи;
- владение базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания;
- соблюдение правил этикета;

- использование приемов межличностного общения;
- максимально полное удовлетворение запросов гостей;
- обеспечение высокого уровня продаж.

5. Подача заказных вин и спиртных напитков:

- владение методами обслуживания гостя в зале, офисе, на дому, на открытом воздухе;
- применение профессиональных приемов при обслуживании;
- подача аперитивов и дигестивов;
- подача вин;
- подача спиртных напитков;
- подача смешанных напитков;
- соблюдение температурного режима подачи вин и спиртных напитков;
- пользование ресторанными аксессуарами;
- соблюдение правил протокола и этикета.

6. Подача заказанных пива, вод и соков:

- владение методами обслуживания гостя в зале, офисе, на дому, на открытом воздухе;
- применение профессиональных приемов при обслуживании;
- подача пива;
- подача минеральных и фруктовых вод;
- подача прохладительных напитков и соков;
- соблюдение температурного режима подачи пива, вод и соков;
- пользование ресторанными аксессуарами;
- применение технических устройств для розлива пива;
- соблюдение правил протокола и этикета.

7. Подача заказанных блюд:

- владение методами обслуживания гостя в зале, офисе, на дому, на открытом воздухе;
- применение профессиональных приемов при обслуживании;
- подача холодных и горячих блюд;
- подача кондитерских изделий;
- владение техникой порционирования блюд в присутствии гостя;
- пользование ресторанными аксессуарами;
- соблюдение правил протокола и этикета.

8. Завершение обслуживания гостя:

- владение правилами и особенностями предложения дигестивов;
- подача дигестивов;

- владение правилами и особенностями предложения сыра;
- подача «сырной тарелки»;
- соблюдение правил нарезки сыра;
- подача сигар;
- подача чая, кофе, шоколада;
- соблюдение правил протокола и этикета;
- поддержание положительного имиджа ресторана;
- максимально полное удовлетворение запросов гостей.

9. Подготовка счета и принятие оплаты:

- правильное заполнение счета;
- соблюдение правил работы с кредитными и дисконтными картами;
- соблюдение правил поведения в случае отказа гостя от оплаты;
- составление и сдача реестра;
- обладание профессиональной культурой речи;
- владение базовым словарным запасом одного иностранного языка для сфер обслуживания.

10. Контроль уборки столов:

- контроль соблюдения правил уборки столов и замены использованных тарелок, приборов и скатертей;
- контроль соблюдения сроков, приемов и последовательности уборки со стола;
- контроль техники переноса использованной посуды и приборов (без подноса, на подносе);
- контроль использования специальных тележек.

11. Обслуживание праздничных вечеров:

- владение методами обслуживания гостя в зале, офисе, на дому, на открытом воздухе;
- применение профессиональных приемов при обслуживании праздничных вечеров;
- подача вина и спиртных напитков;
- подача блюд;
- создание праздничной атмосферы для гостей.

12. Обслуживание неофициальных банкетов:

- владение методами обслуживания гостя в зале, офисе, на дому, на открытом воздухе;

- владение особенностями обслуживания банкетов и фуршетов;
- применение профессиональных приемов при обслуживании неофициальных банкетов;
- подача блюд и напитков;
- создание комфортных условий для гостей;
- соблюдение правил этикета;
- работа в команде.

13. Обслуживание приемов и официальных банкетов:

- владение методами обслуживания гостя в зале, офисе, на дому;
- владение особенностями обслуживания дневных и вечерних дипломатических приемов;
- владение особенностями обслуживания официальных банкетов (с полным обслуживанием официантами);
- владение особенностями обслуживания смешанных банкетов и приемов;
- применение профессиональных приемов обслуживания приемов и официальных банкетов;
- подача блюд и напитков;
- создание комфортных условий для гостей;
- соблюдение протокола и этикета;
- точное и четкое выполнение работы при обслуживании приемов и банкетов.

14. Обслуживание гостей на высшем уровне:

- владение особенностями обслуживания гостей на высшем уровне;
- применение профессиональных приемов обслуживания на высшем уровне;
- подача блюд и напитков;
- владение приемами транширования;
- владение техникой порционирования блюд в присутствии гостя;
- владение техникой частичного приготовления и оформления отдельных блюд;
- создание необходимых условий для доготовки и фламбирования блюд и десертов;
- владение особенностями приготовления и подачи отдельных блюд;
- владение техникой декантации вин;
- знание особенностей подачи вин и прочих напитков;

- использование специализированного инвентаря и инструмента;
- соблюдение инструкций по эксплуатации специализированного оборудования;

- соблюдение правил и техники переноса заказов на подносе;
- владение техникой подачи заказов на специальных тележках;
- подача полоскательниц;
- поддержание чистоты и порядка на столе;
- создание комфортных условий для гостей;
- соблюдение правил протокола и этикета;
- соблюдение правил пожарной безопасности и охраны труда.

15. Обслуживание иностранных гостей:

- применение профессиональных приемов обслуживания, владение особенностями обслуживания иностранных гостей (группа, индивидуальные);

- знание особенностей питания иностранных гостей, подача блюд и напитков для них;

- владение базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания, соблюдение правил протокола и этикета.

16. Проведение профессиональной подготовки на рабочем месте:

- владение методикой обучения на рабочем месте;
- проведение обучения на рабочем месте;
- передача знаний и опыта работы;
- применение профессиональной терминологии;
- подготовка вновь принятых на работу сотрудников;
- помощь в адаптации к работе вновь принятым работникам;
- владение приемами общения, ориентированными на обучаемых.

17. Саморазвитие:

- рациональная организация текущего рабочего дня;
- точное и четкое выполнение работы при обслуживании;
- непрерывное повышение компетентности, ответственность и сдержанность;

- владение ясной и четкой речью;
- тренировка памяти и наблюдательности;
- посещение профессиональных тренингов;
- владение телефонным этикетом.

18. Требования к практическому опыту работы:

- не менее 6 месяцев на начальном профессиональном уровне .

19. Наименование должностей:

- старший официант;
- официант.

20. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- среднее профессиональное образование;
- начальное профессиональное образование;
- среднее (полное) общее образование;
- профессиональное обучение.

Требования к бармену

Общие требования

Бармен должен:

- иметь профессиональное образование и владеть практическими навыками или пройти профессиональную подготовку;
- знать основные правила этикета и технологию обслуживания потребителей за барной стойкой и в зале;
- нести ответственность за подготовку барной зоны к обслуживанию и за поддержание барной стойки в надлежащем порядке;
- знать ассортимент, рецептуры, технологию приготовления, правила оформления и подачи алкогольных, слабоалкогольных коктейлей, напитков, а также закусок, блюд и кондитерских изделий, реализуемых в баре;
- уметь составлять коктейльную (винную) карту;
- нести социальную ответственность за обслуживание потребителей при реализации алкогольных напитков;
- знать правила международного этикета (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);
- знать иностранный язык (английский и/или соответствующий специализации предприятия) в пределах разговорного минимума и профессиональной терминологии (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);
- знать виды и назначение инвентаря, оборудования, столовой посуды, столовых приборов, используемых в баре;
- знать и соблюдать условия и сроки хранения кулинарной продукции и покупных товаров, температурные режимы подачи напитков и закусок;
- знать правила эксплуатации теле-, видео- и звуковоспроизводящей аппаратуры;

- знать правила эксплуатации контрольно-кассовой техники, порядок оформления счетов и расчета по ним с потребителями;
- знать номера телефонов служб вызова такси, служб экстренного вызова (милиции, скорой помощи, пожарной службы) и т.п.

Требования к бармену 4-го разряда

должен уметь: изготавливать алкогольные и слабоалкогольные коктейли, пунши. Составлять по установленным рецептурам смеси различных винноводочных изделий с соками, сиропами, фруктами, минеральной водой и т. д. Смешивать, взбивать, варить и разливать в специальную посуду. Отпускать изготовленную продукцию с орехами, фруктами, мелкоштучными кондитерскими изделиями и другими сопутствующими товарами при соблюдении температуры и правил подачи. Получать продукты и хранить их с учетом требуемого режима и правил. Составлять товарные отчеты. Оформлять витрины и барную стойку.

должен знать: ассортимент слабоалкогольных и алкогольных напитков, виды используемых для их изготовления винно-водочных изделий и других компонентов; рецептуры и способы приготовления коктейлей, требования к инвентарю, посуде и правила отпуска, порядок расчета с потребителями; сроки, правила и температурный режим хранения товара; правила ведения учета и составления товарного отчета; способы и правила выкладки товаров на барной стойке.

Требования к бармену 5-го разряда

должен уметь: изготавливать алкогольные, классические коктейли, крюшоны, гроги, глинтвейны. Составлять смеси. Смешивать, взбивать, варить, разливать в специальную посуду, украшать коктейли.

Обслуживать потребителей за стойкой и за столами. Принимать потребителей, знакомить их с ассортиментом и рецептурой реализуемых напитков.

должен знать: виды и ассортимент коктейлей, грогов, глинтвейнов, крюшонов; технологию, рецептуры и способы их приготовления; порядок и правила украшения и отпуска напитков, требования к инвентарю и посуде; товароведную характеристику используемых продуктов; оборудование барной стойки; иностранный язык.

Характеристика работ бармена начального профессионального уровня:

1. Подготовка к обслуживанию:

- соблюдать правила и последовательность подготовки бара к работе;
- оформлять барную стойку;
- подготавливать рабочее место;
- соблюдать чистоту и порядок на рабочем месте;
- убирать различные виды мебели;
- соблюдать инструкции по подготовке оборудования к работе;
- применять моющие и дезинфицирующие средства;
- соблюдать санитарные требования к бару и его подсобным помещениям;
- соблюдать личную гигиену;
- соблюдать требования охраны труда;
- соблюдать требования пожарной безопасности;
- соблюдать установленные стандарты одежды и аккуратный внешний вид.

2. Хранение и подготовка посуды и барных аксессуаров:

- поддерживать необходимый запас барной посуды;
- вести учет барной посуды, аксессуаров и инструментов;
- соблюдать правила хранения посуды, барных аксессуаров и инструментов;
- полировать стеклянную посуду;
- владеть методами инвентаризации и хранения;
- соблюдать правила мойки барной посуды;
- применять моющие и дезинфицирующие средства.

3. Хранение и подготовка спиртных и прочих напитков:

- соблюдать правила хранения спиртных и прочих напитков;
- владеть способами хранения на полках, в специальных складских помещениях, холодильном оборудовании;
- соблюдать инструкции по эксплуатации холодильного оборудования;
- соблюдать температурный и влажностный режим хранения;
- соблюдать правила подготовки спиртных и прочих напитков к продаже;
- контролировать наличие запаса спиртных и прочих напитков.

1. Приготовление основных заготовок:

- владеть технологией приготовления профессиональных заготовок (льда, гарниров, украшений и прочее);
- соблюдать сроки и условия хранения профессиональных заготовок;
- применять посуду и инвентарь для приготовления основных заготовок;
- соблюдать правила хранения льда;
- контролировать наличие запаса профессиональных заготовок и льда.

1. Приветствие и размещение гостей в баре:

- владеть коммуникативными качествами;
- соблюдать правила межличностного общения;
- поддерживать визуальный контакт с гостем;
- владеть базовым словарным запасом, основами грамматики, лексики и фонетики русского языка;
- владеть профессиональной культурой речи и использовать правильную транскрипцию (произношение) иностранных названий;
- знакомить гостя с программами и скидками, действующими в определенные часы и дни;
- создавать комфортные условия для гостя.

1. Помощь в обслуживании гостей:

- владеть методами обслуживания в баре;
- соблюдать правила подачи спиртных напитков;
- применять барную посуду и аксессуары для подачи спиртных напитков;
- соблюдать температуру подачи спиртных напитков;
- соблюдать правила переноски заказов на подносе;
- подавать табачные изделия;
- заменять пепельницы;
- соблюдать правила этикета.

7. Подача пива, прохладительных напитков и соков:

- владеть методами обслуживания в баре;
- соблюдать правила подачи пива;
- пользоваться техническими устройствами для разлива пива;
- соблюдать правила подачи минеральных вод и прохладительных напитков;

- владеть техникой приготовления свежавыжатых соков;
- соблюдать правила подачи свежавыжатых соков;
- соблюдать температуру подачи пива, прохладительных напитков и соков;
- пользоваться барной посудой и аксессуарами для подачи пива, прохладительных напитков и соков;
- соблюдать правила этикета.

8. Приготовление и подача кофе и чая:

- владеть методами обслуживания в баре;
- пользоваться техническими устройствами для приготовления кофе и чая;
- владеть техникой приготовления кофе и шоколада;
- владеть техникой приготовления чая;
- соблюдать правила подачи кофе и шоколада;
- соблюдать правила подачи чая;
- пользоваться барной посудой и аксессуарами для приготовления и подачи кофе и чая;
- соблюдать правила этикета.

9. Приготовление и подача простых закусок:

- владеть методами обслуживания в баре;
- владеть техникой приготовления простых закусок;
- соблюдать правила подачи закусок, десертов и кондитерских изделий;
- пользоваться посудой и инвентарем для приготовления закусок;
- соблюдать правила этикета.

10. Подготовка к обслуживанию выездного мероприятия:

- подготавливать технические устройства, посуду, аксессуары для обслуживания выездного мероприятия;
- подготавливать вина и напитки для обслуживания выездного мероприятия;
- соблюдать способы складирования и перевозки технических устройств, барной посуды вин и напитков;
- соблюдать правила учета продукции бара.

11. Уборка барной стойки и столов бара:

- соблюдать правила постоянной уборки барной стойки;
- владеть техникой переноса использованной посуды (на подносе, без подноса);
- поддерживать чистоту и порядок на рабочем месте;
- полировать стеклянную посуду;
- соблюдать правила мойки барной посуды;

- пользоваться моющими и дезинфицирующими средствами;
- соблюдать правила уборки столов бара.

12. Поддержание положительного имиджа бара:

- создавать приятное впечатление у любого гостя бара;
- осуществлять контроль степени алкогольного опьянения гостя;
- использовать приемы межличностного общения;
- соблюдать правила этикета;
- владеть профессиональной культурой речи и использовать правильную транскрипцию (произношение) иностранных названий;
- поддерживать внутрифирменную культуру и социальную этику.

13. Подготовка бара к закрытию:

- приводить в порядок рабочее место;
- соблюдать правила уборки технологического оборудования бара;
- соблюдать правила хранения продукции бара;
- пользоваться моющими и дезинфицирующими средствами;
- соблюдать порядок закрытия бара.

14. Саморазвитие:

- рационально организовать рабочее место;
- читать технологические карты и работать с ними;
- работать в команде;
- повышать квалификацию;
- владеть техникой перемещения в ограниченном пространстве;
- владеть профессиональной культурой речи;
- избегать вредных привычек;
- быть доброжелательным, внимательным, честным;
- развивать хорошую память и наблюдательность;
- владеть ясной и четкой речью;
- владеть культурой употребления спиртных напитков.

15. Требования к практическому опыту работы:

- не предъявляются.

1. Наименование должностей:

- бармен;
- помощник бармена;

1. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- начальное профессиональное образование;
- среднее (полное) общее образование;
- основное общее образование;
- профессиональное обучение.

Характеристика работ бармена первого квалификационного уровня:

1. Контроль и подготовка бара к обслуживанию

- соблюдать правила и последовательность подготовки бара к работе;
- оформлять барную стойку;
- подготавливать рабочее место;
- контролировать подготовку оборудования бара к работе;
- соблюдать правила подключения газовых баллонов;
- контролировать применение моющих и дезинфицирующих средств;
- соблюдать санитарные требования к бару и его подсобным помещениям;
- соблюдать личную гигиену;
- соблюдать требования охраны труда;
- соблюдать требования пожарной безопасности;
- соблюдать установленные стандарты одежды (униформа) и аккуратный внешний вид.

2. Прием и хранение продукции бара:

- соблюдать правила приема спиртных напитков, табачных изделий прочей продукции бара;
- соблюдать, сроки; условия хранения продукции бара;
- отбирать гарниры и украшения;
- контролировать температурный и влажностный режим хранения сигар;
- контролировать наличие запаса спиртных напитков, табачных изделий и прочей продукции бара;
- соблюдать документооборот по движению товаров в баре;
- соблюдать инструкции по эксплуатации холодильного оборудования.

3. Контроль подготовки посуды, спиртных и прочих напитков, барных аксессуаров:

- контролировать наличие и поддерживать необходимый запас барной посуды;
- контролировать наличие и поддерживать необходимый запас охлажденных спиртных и прочих напитков;
- контролировать качество подготовки посуды и барных аксессуаров к работе.

1. Встреча гостей и прием заказа:

- владеть коммуникативными качествами;
- использовать приемы межличностного общения;
- осуществлять консультацию и предложение в выборе ассортимента;
- владеть необходимыми сведениями о спиртных и прочих напитках;
- устанавливать контакт с гостем;
- владеть профессиональной культурой речи;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка в сфере обслуживания;
- владеть процедурой предложения особых и фирменных, напитков и закусок;
- знакомить гостя с программами и скидками, действующими в определенные часы и дни;
- владеть профессиональными приемами запоминания заказов;
- создавать комфортные условия для гостя;
- обеспечивать высокий уровень продаж;
- максимально полно удовлетворять запросы гостей.

1. Обслуживание спиртными и прочими напитками:

- соблюдать правила подачи спиртных напитков;
- соблюдать правила подачи пива;
- соблюдать правила подачи минеральных и фруктовых вод, прохладительных напитков и соков;
- выбирать барную посуду и аксессуары для подачи спиртных и прочих напитков;
- использовать профессиональные приемы при обслуживании гостей;
- соблюдать температуру подачи спиртных и прочих напитков;
- создавать комфортные условия для гостей;
- соблюдать правила протокола и этикета.

1. Обслуживание сигарами.

- использовать профессиональные приемы при обслуживании гостей;
- соблюдать правила сервировки сигар;
- применять аксессуары для сигар;
- создавать комфортные условия для гостя;
- соблюдать правила протокола и этикета.

7. Приготовление и подача смешанных напитков:

- владеть техникой приготовления смешанных напитков;
- выбирать технические устройства и посуду для приготовления смешанных напитков;
- применять тот или иной метод приготовления смешанных напитков;
- соблюдать температуру подачи смешанных напитков;
- выбирать гарниры и украшения для смешанных напитков;
- использовать профессиональные приемы при обслуживании гостей;
- соблюдать правила протокола и этикета.

8. Расчет и прощание с гостем:

- соблюдать инструкции по эксплуатации контрольно-кассовых машин;
- соблюдать порядок расчета с гостем;
- применять дисконтные и кредитные карты;
- владеть приемами работы с гостем, отказавшимся от оплаты;
- использовать приемы межличностного общения;
- знать правила прощания с гостем;
- обладать профессиональной культурой речи;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка в сфере обслуживания.

9. Оживление обстановки в баре:

- работать со звуковым и световым оборудованием;
- обеспечивать соответствие музыкального сопровождения специфике бара;
- использовать элементы флейринга (жонглирование) в работе;
- создавать приятное впечатление у гостя бара;
- использовать приёмы межличностного общения;
- обладать профессиональной культурой речи;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка в сфере обслуживания.

10. Работа с претензиями и пожеланиями гостей:

- соблюдать внутрифирменную методику разрешения проблем;
- доброжелательно относиться к гостю;
- разрешать конфликтные ситуации;
- обладать профессиональной культурой речи;

- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка в сфере обслуживания;

- использовать приемы межличностного общения;
- поддерживать положительный имидж бара.

11. *Составление карты бара на определенный вид обслуживания:*

- знать правила составления карты бара;
- соблюдать последовательность расположения спиртных и прочих напитков;

- определять необходимый запас продукции в баре;
- использовать профессиональную терминологию.

12. *Проведение профессиональной подготовки на рабочем месте:*

- владеть методикой обучения на рабочем месте;
- проводить обучение на рабочем месте;
- передавать знания и опыт работы;
- применять профессиональную терминологию;
- проверить профессиональную подготовку вновь принятых на работу;

- помогать адаптироваться к работе вновь принятым работникам;
- использовать приемы общения, ориентированные на обучаемого.

13. *Контроль уборки бара:*

- контролировать уборку оборудования бара;
- контролировать и соблюдать постоянную уборку барной стойки;
- поддерживать чистоту и порядок на рабочем месте;
- контролировать мойку барной посуды;
- контролировать применение моющих и дезинфицирующих средств;

- контролировать соблюдение санитарных требований к бару.

14. *Ведение учета и отчетности:*

- оформлять первичную документацию;
- рассчитывать заказ продукции;
- принимать и учитывать продукцию;
- сдавать денежные средства;
- составлять и своевременно представлять отчетность о работе бара;
- обеспечивать достоверность учета и отчетности.

15. *Саморазвитие:*

- рационально организовывать текущий рабочий день;
- точно и четко выполнять работу при обслуживании;
- непрерывно повышать компетентность;
- быть ответственным, сдержанным;

- развивать органолептические способности;
- тренировать память, наблюдательность;
- проявлять инициативу и принимать решения.

16. Требования к практическому опыту работы:

- не менее 6 месяцев на начальном квалификационном уровне.

1. Наименование должностей:

- старший бармен;
- бармен.

18. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- среднее профессиональное образование;
- начальное профессиональное образование;
- среднее (полное) образование;
- профессиональное обучение.

Характеристика работ бармена второго квалификационного уровня:

1. Организация и контроль работы бара:

- владеть принципами организации работы бара;
- рационально организовывать работу персонала бара;
- контролировать и проводить анализ эффективности использования рабочего времени;
- контролировать бесперебойную работу технологического оборудования и технических устройств в баре;
- контролировать наличие необходимого запаса товаров, посуды, аксессуаров и прочего в баре;
- контролировать эффективность подготовки бара к работе;
- поддерживать организационную культуру и социальную этику;
- обеспечивать соблюдение санитарных требований к бару;
- обеспечивать соблюдение требований охраны труда барменов;
- обеспечивать соблюдение требований пожарной безопасности;
- обеспечивать экологическую безопасность;
- соблюдать правила инвентаризации в баре;
- проводить инструктаж на рабочем месте;
- выявлять, анализировать и разрешать проблемы, связанные с работой бара.

2. Формирование карты бара:

- владеть принципами формирования карты бара;
- составлять и заполнять карту бара;
- определять реальное соотношение цены и качества спиртных и прочих напитков;

- составлять технологические карты на смешанные напитки;
- разрабатывать новые рецептуры коктейлей;
- актуализировать карту бара;
- обеспечивать наглядность и удобство пользования картой бара;
- реально оценивать возможности бара и персонала;
- отслеживать изменения на рынке спиртных и прочих напитков;
- владеть программным обеспечением;
- использовать офисную оргтехнику.

3. Контроль качества обслуживания гостей:

- контролировать подготовку бара к обслуживанию (качество, сроки, последовательность и т. д.);
- контролировать процедуру встречи и приветствия гостей;
- контролировать процедуру приема и исполнения заказа от гостей;
- контролировать процедуру подачи продукции бара;
- контролировать процедуру подготовки счета и принятия оплаты;
- контролировать процедуру общения с российскими и иностранными гостями;
- контролировать соблюдение протокола и этикета;
- предотвращать конфликтные ситуации;
- обеспечивать высокий уровень продаж.

4. Управление продажами продукции бара:

- контролировать наличие необходимых запасов продукции в баре;
- ежедневно контролировать и анализировать ход и продаж продукции бара;
- определять вкусы и предпочтения гостей и рейтинг наиболее популярной продукции в баре;
- изучать психологию гостя и его потребности;
- ориентировать и обучать персонал бара качественному обслуживанию гостей;
- проводить презентацию продукции бара;
- формировать спрос и реагировать на его изменение;
- расширять продажу спиртных и прочих напитков в баре;
- обеспечивать высокий уровень продаж.

5. Работа с персоналом бара и его оценка:

- осуществлять подбор персонала бара;
- распределять обязанности и делегировать полномочия;
- составлять графики работы персонала бара;
- создавать условия по адаптации персонала бара;
- создавать благоприятный климат в команде;
- проводить оценку работы персонала бара;

- поддерживать внутрифирменные коммуникативные связи;
- эффективно управлять персоналом бара;
- разрешать конфликтные ситуации в команде;
- выявлять, анализировать и разрешать проблемы в работе с персоналом бара;

- поддерживать организационную культуру и социальную этику.

6. Проведение профессиональных тренингов на рабочем месте:

- планировать проведение профессиональных тренингов;
- отрабатывать методы и приемы обслуживания гостей;
- передавать знания и опыт работы;
- рационально использовать знания и опыт наставников;
- использовать приемы межличностного общения;
- привлекать специалистов из организаций для проведения профессиональных тренингов по изучению и реализации продукции бара.

7. Выбор напитков, барных аксессуаров и прочих товаров у поставщиков:

- вести деловые переговоры;
- составлять договора с поставщиками;
- определять сроки и объемы закупок товарных позиций в соответствии с ожидаемым спросом;
- определять список возможных поставщиков;
- определять качество получаемых товаров и соответствие документации;
- поддерживать и актуализировать список поставщиков;
- изучать информацию относительно вкусов и предпочтений гостей;
- формировать ассортимент и реагировать на изменение спроса;
- использовать приемы делового общения.

8. Управление товарными запасами.

- осуществлять планирование закупок товарных позиций, барной посуды и аксессуаров в соответствии с ожидаемым спросом;
- определять, учитывать и контролировать цикл движения запасов;
- осуществлять анализ движения запасов;
- проводить работу по оценке запасов;
- контролировать срок реализации товара;
- вести систему учета товарных запасов и его расходования;
- минимизировать издержки хранения запасов;

- пополнять товарные запасы, запасы барной посуды и аксессуаров;
- проводить инвентаризацию товарных запасов и имущества бара;
- обеспечивать рентабельность бара.

9. *Внедрение изменений в работу бара:*

- осуществлять постановку целей и задач и разрабатывать план действий;
- изучать конкурентную среду и потребительские предпочтения;
- осваивать прогрессивные формы обслуживания;
- обеспечивать эффективное внедрение изменений в работу бара;
- применять новаторство и творческий подход при внедрении изменений;
- разрабатывать новые рецептуры, способы подачи и т.д.;
- проводить дополнительное обучение персонала при внедрении.

10. *Саморазвитие:*

- непрерывно улучшать свой профессиональный и личный имидж;
- демонстрировать класс и собственный стиль обслуживания;
- определять цель и ставить задачи;
- разрабатывать план действий;
- принимать оптимальные решения в рамках компетенции;
- владеть приемами публичного выступления;
- владеть ораторским мастерством;
- постоянно изучать рынок продукции для бара и поставщиков бара;
- быть способным к переменам;
- проводить мастер-классы;
- консультировать в области профессиональной деятельности;
- обмениваться опытом работы;
- использовать новаторство и применять творческий подход.

11. *Требования к практическому опыту работы:*

- не менее 1,5 года на первом квалификационном уровне.

12. *Наименование должностей:*

- бар-менеджер.

13. *Требуемый уровень профессионального образования и обучения:*

- степень (квалификация) бакалавра;
- среднее профессиональное образование;
- профессиональное обучение.

Требования к сомелье

Общие требования

Сомелье должен:

- иметь профессиональное образование и пройти профессиональную подготовку;
- знать ассортимент, характеристики вин и других алкогольных напитков, правила их подачи, уметь составлять винную карту;
- соблюдать правила хранения вин и напитков, поддерживать необходимый запас винной посуды;
- знать правила подготовки к подаче вин, других алкогольных напитков, виды и назначение винной посуды и аксессуаров, правила сервировки;
- оказывать консультативную помощь потребителям в выборе вин и других алкогольных напитков;
- знать иностранный язык (английский и/или соответствующий специализации предприятия) в пределах разговорного минимума и профессиональной терминологии (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший);
- владеть правилами дегустации вин и других алкогольных напитков, ориентировать и обучать персонал правильному сочетанию блюд и алкогольных напитков;
- отслеживать ассортимент, пополнение запаса вин; знать рынок по реализации алкогольных напитков и участвовать в их закупках.

Сомелье должен уметь:

- составлять винную карту ресторана, обеспечивать закупку у поставщиков, изучать рынок вина и других спиртных напитков;
- рекомендовать потребителям выбор вин и подачу их к столу, подачу сигар, работать с официантами, барменами по правилам подбора и реализации вин, алкогольных напитков, сигар;
- различать хорошие вина, которые готовы к употреблению через два-три года после производства и великие вина, которые начинают играть после десятилетней выдержки.

Сомелье должен знать:

- ассортимент характеристики вин и других алкогольных напитков, правила их подачи, уметь составлять винную карту;
- правила хранения вин и напитков, поддерживать необходимый запас винной посуды;

- правила подготовки к подаче вин, спиртных напитков, виды и назначение винной посуды и аксессуаров, правила сервировки;
- оказывать консультативную помощь потребителям в выборе вин и спиртных напитков;
- иностранный язык (английский и/или соответствующий специфике предприятия) в пределах разговорного минимума и профессиональной терминологии (для персонала предприятий класса люкс и высший);
- правила дегустации вин и спиртных напитков, ориентировать и обучать персонал правильному сочетанию блюд и спиртных напитков, отслеживать ассортимент, пополнение запаса вин;
- рекомендации и предоставление вин потребителям;
- правила составления и поддержания винной карты;
- рынок по реализации алкогольной продукции, участвовать в закупках вин;
- требования к хранению вин, подбор и правильное использование винной посуды;

По квалификации сомелье (официант) имеет VI или V разряд.

Характеристика работ сомелье начального квалификационного уровня:

1. Подготовка рабочего места к работе:

- соблюдать правила подготовки рабочего места;
- подготавливать технические устройства к работе;
- соблюдать санитарные требования к залу ресторана и винному погребу;
- соблюдать внутренние стандарты одежды и аккуратный внешний вид;
- соблюдать требования пожарной безопасности;
- соблюдать личную гигиену.

2. Участие в профессиональных тренингах:

- получать и изучать информацию о винах, напитках и сигарах;
- изучать и использовать профессиональную терминологию;
- осваивать элементы межличностного общения;
- изучать методы обслуживания в зале ресторана.

3. Хранение и подготовка посуды и аксессуаров к работе:

- соблюдать правила хранения и подготовки винной посуды;
- соблюдать правила хранения и подготовки аксессуаров для вин, спиртных напитков и сигар;
- пользоваться ассортиментом винной посуды и аксессуаров;
- поддерживать необходимый запас винной посуды.

4. Хранение вин, спиртных напитков и сигар:

- соблюдать правила хранения вин и спиртных напитков;
- соблюдать правила хранения сигар;
- соблюдать температурные и влажностные режимы хранения вин, спиртных напитков и сигар;
- соблюдать правила эксплуатации технических устройств винного погреба;
- соблюдать требования охраны труда;

5. Подготовка к продаже вин и спиртных напитков:

- соблюдать правила подготовки вин и спиртных напитков к продаже;
- пользоваться аксессуарами для вин и спиртных напитков.

6. Сервировка вин и спиртных напитков:

- соблюдать правила сервировки вин и спиртных напитков к продаже;
- пользоваться ассортиментом винной посуды и аксессуаров при сервировке;
- убирать и заменять использованную винную посуду;
- соблюдать правила протокола и этикета.

7. Помощь в обслуживании гостей:

- владеть методами обслуживания в зале ресторана, в офисе, на дому, на открыто воздухе;
- соблюдать правила и порядок декантации (переливание) вин;
- пользоваться аксессуарами;
- создавать комфортные условия для гостя;
- владеть базовым словарным запасом, основами грамматики, лексики и фонетики;
- владеть профессиональной культурой речи и использовать правильную транскрипцию (произношение) иностранных названий;
- владеть профессиональной терминологией;
- использовать приемы межличностного общения;
- соблюдать правила протокола и этикета.

8. Подготовка выездного обслуживания:

- подготавливать вина, спиртные напитки и сигары для выездного обслуживания;
- получать и подготавливать винную посуду и аксессуары для выездного обслуживания;
- подготавливать технические устройства для выездного обслуживания;
- соблюдать правила складирования и перевозки технических устройств, посуды, вин, спиртных напитков и сигар.

9. Завершение работы:

- приводить в порядок рабочее место;
- соблюдать правила уборки винной посуды со столов;
- соблюдать правила инвентаризации винной посуды и аксессуаров.

10. Саморазвитие:

- рационально организовывать рабочее место;
- повышать квалификацию;
- владеть техникой перемещения в ограниченном пространстве;
- вырабатывать профессиональную походку и движение;
- владеть основами дегустационного анализа вин и спиртных напитков;
- обладать профессиональной культурой речи;
- развивать органы чувств, хорошую память;
- избегать вредных привычек;
- быть доброжелательным, внимательным, тактичным;
- владеть ясной и четкой речью;
- обладать культурой употребления вин и спиртных напитков.

11. Требования к практическому опыту работы:

- не предъявляются.

12. Наименование должностей:

- помощник сомелье.

13. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- среднее (полное) общее образование;
- профессиональное обучение.

Характеристика работ сомелье первого квалификационного уровня:

1. Подготовка винного погреба к работе:

- соблюдать правила размещения для хранения вин, спиртных напитков и сигар;
- контролировать температурный и влажностный режим в винном погребе;
- соблюдать систему учета вин, спиртных напитков, сигар и аксессуаров;
- соблюдать правила инвентаризации посуды, вин, спиртных напитков, сигар и аксессуаров;

- контролировать работу технических устройств в винном погребе;
- соблюдать санитарные требования к винному погребу;
- соблюдать требования пожарной безопасности.

2. Проведение профессиональных тренингов:

- владеть приемами профессионального тренинга;
- знать правила проведения дегустации вин и спиртных напитков;
- владеть основами гастрономии;
- знать психологию продаж вин, спиртных напитков и сигар;
- отрабатывать методы и приемы обслуживания гостей;
- ориентировать и обучать персонал правильному сочетанию блюд и спиртных напитков;
- применять профессиональную терминологию;
- обладать коммуникативными качествами;
- передавать знания и опыт работы;
- использовать приемы общения, ориентированные на обучаемых.

3. Контроль хранения и подготовки посуды и аксессуаров:

- контролировать соблюдение правил хранения винной посуды и аксессуаров;
- контролировать соблюдение правил подготовки винной посуды и аксессуаров;
- контролировать наличие необходимого запаса винной посуды.

4. Контроль, хранение и подготовка к продаже вин, спиртных напитков и сигар:

- контролировать и соблюдать правила хранения вин, спиртных напитков и сигар;
- контролировать температурный и влажностный режим хранения вин, спиртных напитков и сигар;
- использовать технические устройства для хранения вин, спиртных напитков и сигар;
- контролировать качество вин, спиртных напитков и сигар;
- контролировать соблюдение правил подготовки вин и спиртных напитков к продаже.

5. Рекомендации в выборе вин и спиртных напитков:

- владеть методами установления отношений с гостем, основанных на доверии;
- определять «психологический профиль» гостя;
- консультировать гостя относительно выбора вин и спиртных напитков;
- предлагать вина и спиртные напитки;
- объяснять соотношение цены и качества вин и спиртных напитков;

- объяснять правильное сочетание блюд и спиртных напитков;
- объяснять отличительные свойства спиртных напитков;
- объяснять гостю основные характеристики компонентов, складывающихся в окончательную гармонию блюда, и сочетаемость их с винами и спиртными напитками;
- проводить презентацию вин и спиртных напитков;
- соблюдать этикет;
- обладать коммуникативными качествами;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания;
- обладать профессиональной культурой речи;
- использовать приемы межличностного общения;
- максимально полно удовлетворять запросы гостей.

6. Рекомендации в выборе пива и прочих напитков:

- владеть методами установления отношений с гостем, основанных на доверии;
- определять «психологический профиль» гостя;
- консультировать гостя относительно выбора пива и прочих напитков;
- предлагать пиво и прочие напитки;
- проводить презентацию пива и прочих напитков;
- соблюдать этикет;
- обладать коммуникативными качествами;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания;
- обладать профессиональной культурой речи;
- использовать приемы межличностного общения.

7. Проведение дегустации вин перед подачей гостю:

- максимально полно удовлетворять запросы гостей;
- распознавать и понимать комплекс органолептических характеристик вина;
- проводить зрительную оценку, оценку запаха, вкуса вин перед подачей гостю и объяснять их гостю;
- объяснять отличия каждого оттенка цвета и каждого нюанса аромата, скрытого в вине;
- владеть сенсорными ощущениями;
- соблюдать правила декантации (переливания) вин;
- применять профессиональную терминологию;

- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания;

- владеть профессиональной культурой речи;
- использовать приемы межличностного общения.

8. Подача вина и спиртных напитков гостю:

- владеть профессиональными приемами обслуживания гостя;
- соблюдать правила подачи вин и спиртных напитков;
- соблюдать правила сервировки вин и спиртных напитков;
- использовать ассортимент винной посуды и аксессуаров;
- соблюдать температурный режим подачи вин и спиртных напитков;
- соблюдать протокол и этикет.

9. Рекомендация в выборе сигар и их подача гостю:

- владеть методами установления отношений с гостем, основанных на доверии;
- определять «психологический профиль» гостя;
- распознавать, понимать и оценивать комплекс характеристик сигар и объяснять их гостю;
- консультировать гостя относительно выбора сигар;
- соблюдать правила сервировки и подачи сигар;
- пользоваться аксессуарами для сигар;
- применять профессиональную терминологию;
- соблюдать протокол и этикет;
- обладать коммуникативными качествами;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания;

- обладать профессиональной культурой речи;
- использовать приемы межличностного общения.

10. Работа с претензиями и пожеланиями гостей:

- владеть методами работы с претензиями и пожеланиями гостей;
- соблюдать внутрифирменную методику решения проблем;
- анализировать и предотвращать проблемы;
- доброжелательно относиться к гостю;
- использовать приемы межличностного общения;
- владеть базовым словарным запасом одного иностранного языка для сферы обслуживания;
- обладать профессиональной культурой речи;
- разрешать конфликтные ситуации;
- поддерживать положительный имидж ресторана.

11. Поддержание винной и сигарной карт в рабочем состоянии:

- знать принципы составления винной и сигарной карт;
- знать последовательность расположения вин, спиртных напитков и сигар;
- проверять соответствие наличия вин, спиртных напитков и сигар винной карте и сигарному листу;
- обеспечивать наглядность и удобство пользования винной и сигарной картами.

12. Участие в профессиональных выставках и дегустациях:

- понимать и объяснять отличия каждого оттенка цвета и каждого нюанса аромата вина;
- проводить зрительную оценку, оценку запаха и вкуса вин и спиртных напитков;
- понимать принципы сочетаемости блюд с винами и спиртными напитками;
- распознавать, понимать и оценивать комплекс характеристик сигар;
- владеть основами дегустационного анализа вин, напитков и сигар;
- идентифицировать тип вина, год производства и географическую местность происхождения;
- развивать индивидуальные сенсорные способности;
- владеть профессиональной терминологией;
- актуализировать знания по виноделию.

13. Саморазвитие:

- организовывать работу текущего рабочего дня;
- непрерывно повышать компетентность;
- развивать способность оценивать каждый оттенок цвета и нюанс аромата вина, и объяснять эти отличия;
- проводить профессиональные дегустации;
- поддерживать и актуализировать знания по виноделию;
- развивать артистичность и применять творческий подход к работе;
- постоянно тренировать и практически применять свои сенсорные возможности;
- развивать сенсорные способности и уверенно их использовать;
- быть ответственным, выдержанным;
- иметь поставленный приятный голос;
- проявлять инициативу и принимать решения.

14. Требования к практическому опыту работы:

- не менее 12 месяцев на начальном квалификационном уровне.

15. Наименование должностей:

- старший сомелье;
- сомелье.

16. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- среднее (полное) общее образование;
- профессиональное обучение.

Характеристика работ сомелье второго квалификационного уровня:

1. Организация работы винного погреба:

- владеть принципами организации работы винного погреба;
- размещать для хранения вина и спиртные напитки, сигары;
- контролировать температурный и влажностный режим в винном погребе;
- определять пороки и болезни вин и сигар;
- соблюдать правила подготовки винного погреба к работе;
- осуществлять выдачу товарных запасов;
- контролировать подготовку технических устройств к работе;
- соблюдать санитарные требования к винному погребу;
- соблюдать требования охраны труда;
- соблюдать требования пожарной и экологической безопасности;
- соблюдать правила инвентаризации вин, спиртных напитков и сигар.

2. Формирование винной и сигарной карт:

- знать принципы составления винной и сигарной карт;
- составлять и заполнять винную и сигарную карты;
- соблюдать последовательность расположения вин, спиртных напитков и сигар;
- поддерживать винную и сигарную карты в рабочей состоянии;
- определять реальное соотношение цены и качества вин, спиртных напитков и сигар и правильное сочетание блюд и напитков;
- периодически обновлять винную и сигарную карты;
- обеспечивать наглядность и удобство использования винной и сигарной карты;
- применять профессиональную терминологию;
- сотрудничать с шеф-поваром ресторана.

3. Контролировать качество обслуживания гостей:

- контролировать процедуру рекомендации гостю вин, спиртных напитков и сигар;
- контролировать презентацию вин, спиртных напитков и сигар;
- контролировать подачу вин, спиртных напитков и сигар;
- управлять персоналом (помощник сомелье, сомелье);
- обслуживать отдельных гостей;
- контролировать соблюдение протокола и этикета;
- разрешать конфликтные ситуации;
- владеть разговорным иностранным языком (одним) для сферы обслуживания.

4. Управление продажами вин, спиртных напитков и сигар:

- обеспечивать наличие необходимых запасов вин, спиртных напитков и сигар в винном погребе;
- ежедневно контролировать продажу вин, спиртных напитков и сигар;
- анализировать ход продаж вин, спиртных напитков и сигар;
- определять вкусы и предпочтения гостей и наиболее популярные вина, спиртные напитки и сигары в ресторане;
- изучать психологию гостя и его потребности;
- ориентировать и обучать персонал ресторана правильному сочетанию блюд и напитков;
- проводить презентацию вин, спиртных напитков и сигар;
- формировать спрос и реагировать на его изменение;
- определять реальное соотношение цены и качества вин, спиртных напитков и сигар;
- периодически обновлять винную и сигарную карты;
- расширять продажу вин, спиртных напитков и сигар.

5. Организация профессионального обучения персонала ресторана:

- планировать проведение профессионального обучения;
- составлять программы профессионального обучения;
- использовать необходимые средства обучения;
- проводить профессиональные тренинги перед началом работы ресторана;
- ориентировать и обучать персонал правильным сочетаниям блюд и напитков, приемам обслуживания и т. д.;
- передавать знания и опыт работы;
- использовать приемы межличностного общения;
- осуществлять анализ эффективности профессионального обучения персонала ресторана.

6. Отбор вин, напитков, сигар и аксессуаров у поставщиков:

- осуществлять планирование закупок товарных позиций в соответствии с ожидаемым спросом;
- определять список возможных поставщиков;
- вести деловые переговоры;
- составлять договора с поставщиками;
- определять сроки и объемы закупок товарных позиций;
- отбирать вина на основе дегустационного анализ;
- определять реальное соотношение цены и качества вин, спиртных напитков и сигар у поставщиков;
- поддерживать и актуализировать список поставщиков вин, спиртных напитков, сигар и аксессуаров;
- изучать информацию относительно вкусов и предпочтений гостей;
- формировать спрос и реагировать на его изменение;
- использовать приемы делового общения;
- поддерживать и актуализировать знания по виноделию.

7. Управление товарными запасами:

- определять, учитывать и контролировать цикл движения запасов;
- осуществлять анализ движения запасов;
- проводить работу по оценке запасов;
- разрабатывать и вести систему учета товарных запасов и его расходования;
- определять отпускную цену;
- минимизировать издержки хранения запасов;
- пополнять товарные запасы;
- проводить инвентаризацию товарных запасов;
- владеть программным обеспечением и офисной оргтехникой.

8. Разработка и проведение винных мероприятий:

- осуществлять постановку целей и задач;
- определять целевую аудиторию для проведения винных мероприятий;
- планировать проведение винных мероприятий;
- разрабатывать методику проведения винных мероприятий;
- дополнительно обучать персонал ресторана для проведения винных мероприятий;
- проводить презентацию вин;

- получать и изучать информацию по отзывам гостей;
- осуществлять анализ эффективности винных мероприятий;
- работать с общественностью.

9. Саморазвитие:

- непрерывно улучшать свой профессиональный и личный имидж;
- проводить профессиональные дегустации;
- поддерживать и актуализировать знания по виноделию;
- постоянно тренировать и практически применять свои сенсорные возможности;
- демонстрировать класс и собственный стиль обслуживания;
- работать с партнерами в сфере производства вина и других напитков и в области проведения приемов, банкетов и других мероприятий в ресторанной индустрии;
- вызывать уважение;
- участвовать в профессиональных дегустациях и проводить мастер-классы;
- быть восприимчивым к новейшим изменениям в профессии;
- овладевать секретом, содержащимся в каждом напитке и оценивать его;
- консультировать в области профессиональной деятельности;
- владеть приемами публичного выступления;
- владеть ораторским мастерством.

10. Требования к практическому опыту работы:

- не менее 1 года на первом квалификационном уровне.

11. Наименование должностей:

- шеф-сомелье.

12. Требуемый уровень профессионального образования и обучения:

- степень (квалификация) бакалавр;
- профессиональное обучение.

Требования к бариста

Бариста должен:

- иметь профессиональное образование и пройти профессиональную подготовку;
- знать товароведные характеристики кофе, ассортимент, рецептуры, технологию приготовления, правила оформления и подачи напитков из кофе, порядок составления кофейной карты;

- соблюдать правила хранения кофе, поддерживать необходимый запас кофейной посуды;
- знать правила подготовки к работе оборудования для приготовления кофе;
- оказывать потребителям помощь в выборе напитков из кофе, владеть способами их подачи;
- знать иностранный язык (английский и/или соответствующий специализации предприятия) в пределах разговорного минимума и профессиональной терминологии (для персонала ресторанов и баров классов люкс и высший).

Требования к буфетчику

Общие требования

Буфетчик должен:

- иметь профессиональное образование или пройти профессиональную подготовку;
- знать порядок обслуживания потребителей и расчета с ними, правила эксплуатации контрольно-кассовой техники;
- знать и соблюдать ассортимент, рецептуру, технологию приготовления реализуемых блюд, закусок, изделий и напитков;
- соблюдать правила реализации потребителям кулинарной продукции, кондитерских изделий, покупных товаров, товарное соседство, сроки и температурные режимы хранения и реализации;
- знать и выполнять правила эксплуатации торгового и холодильного оборудования для обеспечения безопасности потребителей в процессе обслуживания;
- знать виды и назначение используемой посуды, приборов и инвентаря;
- знать способы и правила упаковки товаров и продукции при отпуске потребителям,

Требования к буфетчику 3-го разряда

Буфетчик должен уметь: отпускать штучную, развесную продукцию по чекам или за наличные деньги. Развешивать, укладывать на тарелки, в салатники и другую посуду; разливать кисели, компоты, молочные, молочнокислые, витаминные напитки, сметану, фруктовые, минеральные воды, соки, вина и винно-водочные изделия. Упаковать отпускаемые развесные товары. Подсчитывать стоимость покупки. Получать товар, проверять его ассортимент, количество и качество по приемно-сдаточным документам. Подготавливать товары

к продаже; распаковывать, выкладывать товары на буфетном прилавке, устанавливать ярлыки цен. Отсортировывать нестандартные товары и предупреждать порчу. Проверять весы. Вести установленный учет и составлять товарный отчет.

Должен знать: ассортимент, сорта и свойства отпускаемых товаров, правила эксплуатации весоизмерительных приборов, холодильных шкафов и прилавков, проверку весов; сроки клеймения гирь; правила эксплуатации кассовых аппаратов; материалы и приемы упаковки товара; порядок расчета с потребителем, способы отбраковки нестандартных товаров по внешним признакам; сроки и температурный режим хранения товаров; продажные цены.

Требования к буфетчику 4-го разряда

Буфетчик должен уметь: отпускать потребителю и официантам штучную, развесную, разливную продукцию, готовые кулинарные изделия, блюда, полуфабрикаты, вина, винно-водочные и табачные изделия. Нарезать продукты, взвешивать и приготавливать бутерброды, а также горячие и холодные напитки; варить сосиски, сардельки, яйца, подогревать блюда и раскладывать на тарелки. Оформлять витрины буфетной стойки, устанавливать ярлыки цен. Проверять весы. Получать товары, проверять ассортимент, количество, производить органолептическую оценку качества получаемого товара. Вести установленный учет и составлять товарный отчет.

Должен знать: товароведно-технологическую характеристику товаров и кулинарных изделий; режим и сроки их хранения; технологию приготовления напитков; правила нарезки готовых изделий; цены на отпускаемые товары и уровень наценок; способы и правила размещения и выкладки товаров на прилавках, буфетной стойке, в холодильных шкафах; правила эксплуатации используемого оборудования, весоизмерительных приборов; сроки клеймения гирь, весов, правила ухода за ними. Правила ведения учета и составления товарного отчета.

Требования к буфетчику 5-й разряда

Буфетчик должен уметь: Отпускать буфетную продукцию с соблюдением температуры подачи и правил сервировки. Порционировать и разливать в соответствующую посуду (бокалы, графины и т. д.) различные напитки и соки. Подбирать вина и винно-водочные изделия в соответствии с заказанными блюдами. Оформлять и отпускать кондитерские товары, фрукты. Изготавливать различные коктейли, варить кофе (при отсутствии специалиста). Получать товары. Давать

органолептическую оценку качества и сорта отдельных видов товаров в соответствии с требованиями документации. Выкладывать товары, оформлять витрину.

Должен знать: особенности отпуска отдельных товаров (температуру отпуска различных вин и винно-водочных изделий, соков, минеральных вод, фруктов); правила розлива напитков; виды используемой посуды; соответствие вин и винно-водочных изделий характеру заказываемых блюд; виды и ассортимент коктейлей и кофейных напитков, а также способы их приготовления; стандарты и уметь ими пользоваться; режим и правила хранения отпускаемой продукции. Правила эксплуатации весоизмерительных приборов, холодильного оборудования и кассовых аппаратов. Правила составления товарного отчета о реализации продукции и движения тары.

Требования к кассиру

Кассир должен:

- иметь профессиональное образование или пройти профессиональную подготовку;
- знать устройство и правила эксплуатации контрольно-кассовой техники, порядок выполнения кассовых операций, правила расчета с потребителем;
- знать ассортимент реализуемой продукции, нормы ее выхода и цены, а также ассортимент покупных товаров и их цены;
- знать признаки платежеспособности государственных денежных знаков, порядок получения, хранения и выдачи денежных средств и ценных бумаг.

Требования к продавцу магазина (отдела) кулинарии

Продавец магазина (отдела) кулинарии должен:

- иметь профессиональное образование или пройти профессиональную подготовку;
- знать и соблюдать правила продажи отдельных видов товаров, реализуемых полуфабрикатов, кулинарных и мучных кондитерских и булочных изделий, знать их ассортимент и краткую характеристику;
- знать сроки и условия хранения реализуемых полуфабрикатов, кулинарных и мучных кондитерских и булочных изделий (температурные режимы, товарное соседство при размещении на прилавках и в витринах);
- знать и соблюдать правила эксплуатации торгово-технологического оборудования;

- знать виды и назначение инвентаря, инструментов и потребительской упаковки, используемых при реализации товаров;
- знать виды документации, подтверждающей качество и безопасность продукции, принимаемой к реализации;
- знать устройство и правила эксплуатации контрольно-кассовой техники и расчета с потребителями;
- знать признаки платежеспособности государственных денежных знаков, порядок получения, хранения и выдачи денежных средств и ценных бумаг,

Контрольные вопросы

1. Что учитывают при определении типа предприятия питания?
2. Приведите классификацию предприятий питания.
3. Дайте характеристику различным видам баров.
4. Что относится к предприятиям питания быстрого обслуживания?
5. Назовите отличие кафетерия от кофейни.
6. Какие требования предъявляют к ресторанам класса «люкс»?
7. Что такое сервери-бар?
8. Назовите отличие лобби-бара от лаунж-бара.
9. В чем отличие кафетерия от кофейни?
10. Что такое полносервисные и специализированные предприятия питания?
11. Укажите отличительные требования к предприятиям питания различных типов и классов?
12. Какое оборудование должно быть предусмотрено в современном баре?
13. Приведите классификацию услуг общественного питания.
14. Что включают в себя услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию?
15. Охарактеризуйте услуги питания.
16. Что такое рум-сервис?
17. Какие услуги предназначены для организации досуга на предприятиях питания?
18. Перечислите информационно-консалтинговые услуги.
19. Что входит в состав услуг по организации доставки продукции общественного питания?

20. Перечислите и охарактеризуйте категории работников, относящихся к обслуживающему персоналу предприятий питания.

21. Какие общие требования предъявляют к персоналу предприятий общественного питания?

22. Что входит в обязанности метрдотеля (администратора)?

23. Приведите требования к официанту и характеристику его работ.

24. Перечислите должностные обязанности бармена.

25. Какие требования предъявляют к сомелье?

26. Что должен знать и уметь бариста?

2. АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ

2.1. Организация процесса автоматизации

Автоматизация предприятий общественного питания – процесс внедрения программно-аппаратных комплексов автоматизации бизнес-процессов.

Цель автоматизации – повысить эффективность управления предприятием, ускорить обслуживание, минимизировать количество возможных злоупотреблений, в том числе воровства. Внедрение автоматизированных систем управления (АСУ) помогает добиться высококачественного и быстрого обслуживания клиентов, избежать ошибок при оформлении заказа благодаря его обработке и передаче в автоматическом режиме, полностью контролировать все процессы с момента приема заказа до его исполнения, постоянно отслеживать финансовые результаты работы заведения.

Основные задачи автоматизации ресторанов:

- повышение прибыльности и снижение издержек предприятия;
- контроль и оптимизация деятельности предприятия;
- улучшение качества обслуживания посетителей;
- предотвращение хищений и прочих злоупотреблений со стороны персонала;
- увеличение производительности труда персонала;
- поддержка маркетинговых мероприятий;
- создание систем лояльности – разнообразные системы скидок для постоянных клиентов;

В общем случае в ресторанном бизнесе при помощи программно-аппаратных комплексов автоматизации подлежат следующие процессы:

- продажи – то есть всё, что связано с обслуживанием посетителей: приём заказа, отправка его на кухню, формирование счёта (пречека), расчет с посетителями, выдача фискального чека. Сюда входят разнообразные механизмы обслуживания постоянных клиентов, маркетинговые акции (скидки, бонусы и т. п.). Если автоматизируется бар, то процесс производства напитков также входит в число операций обслуживания;

- склад и логистика, бухгалтерский учёт – автоматизируются складские операции – приход и расход продуктов, полуфабрикатов, инвентаризация;
- управление и контроль деятельности предприятия – управление персоналом.

Часть программно-аппаратного комплекса, которая автоматизирует функции обслуживания посетителей, называется «фронт-офисом» (front-office). Front-office – программа, предназначенная для автоматизации процесса продаж. С ее помощью организуются рабочие места официанта, бармена, кассира, администратора, поваров и т.д.

Официант вводит заказ на POS-терминале с контактным экраном и интерфейсом, формируемым программой. Сформированный заказ сразу отправляется на кухню и распечатывается у повара в виде марки заказа со штрих-кодом. Когда блюда приготовлены, повар считывает сканером марку заказа, что служит сигналом готовности для официанта.

Счёт предоставляется посетителю системой автоматизации в виде пречека с подробной распечаткой всех блюд, услуг и с другой полезной информацией. В настоящее время уже и в России распечатанный пречек является составляющей стандарта качества обслуживания.

Back-office – товароучетная программа, предназначенная для автоматизации складского учета на предприятии. Бэк-офисом (back-office) принято называть рабочее место системы автоматизации, пользователю которого доступны все компоненты системы. Это рабочее место руководителя предприятия, управляющего, экономиста, кладовщика, менеджера, администратора, бухгалтера и других сотрудников офиса.

В системе Back-office учитывается движение материальных и денежных средств, с точки зрения управленческого учета. Программа предназначена для того, чтобы предоставить инструмент для выработки управленческих решений руководящим сотрудникам предприятия; упорядочить, упростить и стандартизировать документооборот на предприятии; предоставить отчетную информацию о работе предприятия; разграничить функции сотрудников. Программа Back-office позволяет осуществлять:

- 1) контроль деятельности сотрудников организации – разграничение доступа к данным сотрудников организации; просмотр проделанной работы сотрудников организации и анализ их деятельности; учет товарно-материальных и денежных средств, с целью минимизации хищений;

- 2) учет остатков товаров и блюд – по каждому складу ведется учет остатков и стоимости товаров в закупочных и розничных ценах;
- 3) контроль сроков реализации товаров – система автоматически ведет контроль сроков реализации каждой партии товаров;
- 4) контроль минимальных остатков товаров на складах и заказ требуемых товаров и ингредиентов – система позволяет контролировать уменьшение остатков товаров на складах до предельно допустимого значения, и максимально быстро реагировать при необходимости пополнения складских запасов, прогнозировать закупки; формировать заказы на поставку продуктов, необходимых для деятельности предприятия;
- 5) анализ скорости продаж товаров;
- 6) ведение взаиморасчетов с поставщиками – в состав системы входят средства, позволяющие контролировать долги фирмы поставщикам и долги покупателей фирме;
- 7) возможность экспорта хозяйственных операций в «1С: Бухгалтерия».

Данные между уровнями системы программ Front-office и Back-office передаются через встроенный механизм обмена данными.

Так, например, автоматизация производства помогает шеф-повару формировать меню, прейскурант и т. д. Бухгалтеру-калькулятору даёт возможность расчета стоимости блюд и их экономических показателей. При автоматизации склада и логистики становится значительно проще осуществлять функции менеджеров, ответственных за закупки, прием и хранение продуктов и полуфабрикатов.

Помимо того, что бэк-офис позволяет менеджерам осуществлять операционное управление предприятием, управляющему становится доступна полная информация, на основе которой он имеет возможность оценить экономическую эффективность своего заведения.

Основой всех систем автоматизации ресторанов является механизм отчётов, гибкость которого в значительной мере определяет эффективность системы для ресторатора. Вместе с тем, отчёты – не только средство контроля, но и инструмент сбора маркетинговой информации.

Бизнес-процессы предприятий общественного питания хорошо поддаются формализации и, соответственно, компьютерной автоматизации. При этом основных схем функционирования предприятий общественного питания всего несколько – классический ресторан, кафе, бар, фаст-фуд, самообслуживание. Все схемы используют

бизнес-операции из единого набора: получение заказа, приготовление блюд, расчёт с клиентом; включая операции бэк-офиса: склад, поставки, бухгалтерия и другие. В этот же набор вписываются многие предприятия индустрии развлечений – бильярдные залы, боулинг-клубы и подобные заведения с временной тарификацией развлекательных услуг и сопряжением с ресторанными услугами.

Автоматизация позволяет решить ряд проблем, существующих на предприятии:

- недобросовестный персонал: «подставной» товар, кражи, недостатки;
- медленное и некачественное обслуживание посетителей, путаница с заказами;
- несанкционированные скидки знакомым и родственникам;
- сложности с отчетностью, складским учетом, приемом и списанием продуктов, расчетом и анализом себестоимости блюд, инвентаризацией.

Основные преимущества автоматизации:

- оптимизация внутренних процессов работы предприятия – максимально быстрый и строго контролируемый процесс продаж, автоматизируются прием, оформление и распределение заказов;
- подробная статистика и анализ работы каждого сотрудника – сводится к нулю вероятность недокументированной выдачи блюд, выявляются недостатки, перерасход продуктов;
- контроль скидок, сделанных клиентам;
- анализ рентабельности как всего предприятия, так и каждого блюда, товара, услуги в отдельности;
- анализ себестоимости блюд, товаров, услуг;
- автоматический анализ оборота;
- удобное и оперативное формирование отчетов, возможность разработки индивидуальных форм отчетности в соответствии с потребностями каждого заказчика;
- учет продуктов на складе, облегчается инвентаризация, прием и списание продуктов, учет складских остатков, контроль и анализ взаиморасчетов с поставщиками;
- учет фактического количества ингредиентов и полуфабрикатов на складе с целью предотвращения хищений;
- оптимизация процессов работы с клиентами;
- повышение качества и скорости обслуживания посетителей;

- возможность разработки и внедрения гибкой системы скидок (автоматические, накопительные, персональные, позиционные), формирование сегмента постоянных клиентов за счет внедрения системы персональных пластиковых карт;

- автоматизированное бронирование столиков, логистика доставки готовых блюд;

- возможность ведения клиентской базы – учет посещений, рассылка сообщений о новых услугах, мероприятиях и специальных предложениях, поздравлений с праздниками.

Схема работы автоматизированной системы предприятия включает ряд этапов.

1. Товаровед принимает на склад ингредиенты для производства блюд (мясо, овощи, специи и т.д.) и готовые товары (сигареты, напитки и т.д.). Для организации продаж блюд достаточно загрузить в систему «торговый зал» ассортимент – «справочник» товаров и блюд.

2. Официант на кассовом терминале (автоматизированной рабочей станции официанта и бармена) формирует заказ для Клиента, выбирая заказанные блюда.

3. На кухонных принтерах и в баре автоматически печатаются чеки заказа с указанием номера стола Заказчика, официанта и блюд данной кухни (бара), входящих в заказ. По этим чекам официант получает блюда из кухни и бара. Марочник на кухне и бармен в баре проверяют отпуск блюд. Таким образом, ограничивается недокументированное получение блюд и одновременно увеличивается скорость обслуживания. Одновременно на одном терминале работают несколько официантов, и обслуживается множество Клиентов.

4. Для расчета с Клиентом официант печатает счет. Если у Клиента имеется дисконтная карта, то официант регистрирует ее и Посетитель автоматически получает скидки. Бармен принимает деньги у официанта и выдает фискальный чек.

5. По окончании смены снимается отчет о проданных товарах, который формирует документ «Приготовление блюд» и осуществляется списание ингредиентов со склада.

Пример характеристики системы Front-office:

1. Номенклатура товаров (Справочник «Блюда»)

В номенклатуре товаров (блюд) хранится весь перечень товаров, которые могут продаваться. Номенклатура товаров (блюд) выполнена в виде справочника с иерархической структурой. На любом уровне могут находиться как блюда, так и группы блюд. Группы создаются

для того, чтобы можно было объединить блюда по какому-либо признаку. На основании номенклатуры товаров (блюд) формируется меню. Иерархическая структура номенклатуры удобна для дальнейшей работы с ним. Так как поиск ведется по группам, нет необходимости просматривать весь список для того, чтобы найти необходимое блюдо.

2. Модификаторы

В системе предусмотрена возможность учитывать индивидуальные пожелания Клиента при приготовлении тех или иных блюд и сообщать их при составлении заказа на кухню или в бар. Для этой цели используются модификаторы к блюдам. Модификаторы несут информацию об изменении в технологии приготовления, подаче блюда или обслуживании столика. В зависимости от выбранного модификатора, может измениться цена блюда или всех блюд в чеке. Например, для группы «Напитки» могут быть созданы модификаторы «со льдом», «безо льда», не влияющие на цену блюда, модификатор «без сахара» уменьшающий стоимость блюда и модификатор «со сливками», увеличивающий стоимость блюда. К модификаторам также относятся дополнительные услуги, влияющие на стоимость всех блюд, например, «обслуживание» или «живая музыка».

3. Сервис-печать

Система осуществляет автоматическое сообщение заказа в соответствующие подразделения производства, имеющие сервис-принтер (например, в горячий цех, в холодный цех или в бар).

В тот момент, когда официант или бармен сохраняет счет, система запоминает заказ и рассылает его на удаленные принтеры в соответствующих подразделениях производства. На этом удаленном принтере распечатывается сервис-чек с заказом. В сервис-чеке указываются наименования блюд и используемые модификаторы. Кроме того, в чеке сообщаются фамилия официанта, оформившего заказ, номер, дата и время заказа, для которого предназначены эти блюда.

4. Чек (заказ)

При работе с применением автоматизированной системы принято использовать такое понятие, как «чек» или «заказ». Когда Клиент приходит в ресторан, на него открывается так называемый «чек» на официантской или кассовой станции. Сюда вносятся все данные о заказе Клиента: перечень заказанных блюд с указанием количества и возможных модификаторов; время открытия «чека»; фамилия офи-

цианта или кассира, открывшего «чек»; перечень скидок или наценок. На основании данных, внесенных кассиром или официантом в «чек», распечатываются сервис-чеки на производстве. При необходимости, с «чеками» Клиентов могут быть произведены следующие операции: дополнение или изменение заказа Клиента; печать предварительного чека (пречека); объединение «чеков»; разделение одного «чека» на два, три и т.д.; удаление «чека». После оплаты заказа «чек» закрывается. Вся информация об открытых в системе «чеках» и дальнейших операциях с ними может быть получена в соответствующих отчетах системы.

5. Процессинг

Под процессингом, в данном случае, подразумевается сбор, обработка и передача информации о расчетных и иных операциях с использованием пластиковых карт собственной эмиссии.

Помимо набора стандартных функций АСУ – составления технологических и калькуляционных карт, складского учета, инвентаризации, формирования нескольких типов меню (для персонала, бизнес-ланч, банкетное), реализации товара в гостиничных комплексах – существует возможность составления карты «шведского стола»: расчет приготовления блюд на определенное число гостей и списание реализованных продуктов. В пансионатах и санаториях, установив рабочее место диспетчера по питанию, можно составлять диетическое меню с учетом калорийности и содержания в блюде полезных веществ (жиры, белки, углеводы). С помощью системы внутреннего кредита/депозита гость может получить услуги ресторана, закрывая счет «на номер». Дополнительной функцией является заказ продукции в номер.

Для полноценного функционирования АСУ ресторанно-гостиничного комплекса необходим стандартный набор оборудования, как и для ресторана, состоящий из кассовых терминалов, терминалов официантов, сервисных принтеров на кухне и в барах. Небольшое отличие может быть связано с тем, что в гостиничном ресторане расчет клиента осуществляется только через гостиничную систему управления при его выезде. В этом случае кассовые терминалы в ресторане могут работать не в фискальном режиме, а общий счет, включающий в себя и питание, гость оплачивает у стойки портье при выезде. Как правило, разовые расчеты постояльцы дорогих отелей производят банковскими картами, поэтому в ресторанной системе R-Keerer предусмотрены в качестве терминалов авторизации

этих карт специализированные мобильные устройства, позволяющие провести платеж в присутствии гостя. Кроме того, R-Keeper работает с электронным меню, выполненным на базе планшетного компьютера IPAD.

2.2. Использование автоматизированной системы «Ресторан + Бар + Кафе»

Конфигурация предназначена для комплексной автоматизации учета деятельности ресторанов, кафе, столовых и других предприятий общественного питания. Кроме того, данное типовое решение можно рекомендовать для учета работы столовых, кафе, буфетов и других подразделений, входящих в состав предприятия. Программный продукт позволяет автоматизировать рабочие места кассиров, официантов, барменов и менеджеров зала. Решение «Ресторан+Бар+Кафе» выполняет роль «Front-Office».

Основные возможности конфигурации:

- ведение справочника блюд с широкими возможностями построения сложных характеристик;
- формирование «Меню»;
- построение системы скидок;
- графическое построение карты столов для облегчения визуального представления состояния ресторана официантами и менеджерами залов;
- ведение списка пользователей с широкими возможностями настройки списка прав (около 200 различных прав);
- документооборот.

Типовое решение позволяет формировать следующие документы: «Переоценка», «Заказы», «Чеки», «Инкассация», «Закрытие кассовой смены», «Акт списания».

Для создания персонализированных рабочих мест в типовом решении применяются эргономичные интерфейсы, в т.ч. используются дисплеи Touch-Screen, позволяющие реализовать все необходимые действия в соответствии с функциями, выполняемыми сотрудниками предприятия.

Для удобства работы с системой, а также разграничения прав и функций персонала существует три различные формы для ввода информации. Такие формы названы термином «Фронт»: фронт официанта, фронт кассира, фронт журнала заказов.

Существуют различные формы фронтов, предназначенные для работы с разным разрешением мониторов, а также для клавиатурного ввода или для работы с сенсорными экранами.

Программное обеспечение конфигурации «Ресторан + Бар + Кафе» имеет ряд преимуществ:

- возможность набора заказов от клиентов с различных столиков зала ресторана или с барной стойки. Ввод заказов осуществляется с использованием номенклатурных позиций и их свойств, которые также могут менять розничную стоимость блюд. При вводе заказа указывается очередность приготовления блюд, а также сохраняется «история» изменения его состава;

- возможность печати заказов клиентов на кухонных принтерах с автоматическим определением места приготовления;

- возможность печати пречеков (гостевых чеков);

- ввод дисконтных карт и назначение различных видов скидок;

- прием наличной и безналичной оплаты, в т.ч. с автоматической авторизацией платежных карт;

- пробивание чека по заказу на фискальном регистраторе. Выполнение возвратов по пробитым чекам, выполнение быстрых продаж с пробитием чека без создания заказа;

- полный или частичный перенос товарного состава заказа между столами и официантами;

- закрытие кассовой смены с созданием дневных отчетов о продажах в различных аналитических разрезах с сохранением архива пробитых чеков;

- формирование оперативных отчетов.

Максимально быстро и эффективно оценить состояние ресторана в любой момент времени поможет блок оперативных отчетов: отчет о продажах; расход товаров; состояние ресторана; загруженность залов; работа с торговым оборудованием.

Для построения высокотехнологичной автоматизированной системы можно использовать широкий спектр подключаемого торгового оборудования:

- сервис-принтеры;

- программируемые клавиатуры;

- сканеры штрих-кодов и считыватели магнитных карт;

- фискальные регистраторы;

- дисплеи покупателя;

- авторизаторы платежных карт.

Система управления торговым оборудованием позволяет использовать устройства, подключенные к различным компьютерам сети с произвольного рабочего места.

Конфигурация разработана на основе базовых объектов системы «1С:Предприятие», может использоваться с компонентами «Бухгалтерский учет», «Оперативный учет», «Расчет».

Рабочее место директора (администратора) ресторана контролирует все действия персонала от принятия заказа до оплаты его клиентом; имеет полную информацию о деятельности ресторана для оперативного управления, принятия своевременных решений о поставках продуктов, изменении ассортимента блюд, ценообразовании; ежедневно «видит» финансовые результаты деятельности ресторана – выручку, сумму наценки, сумму закупок, сумму остатков на складах и т.д.

Рабочая станция администратора смены отслеживает все заказы посетителей. Подтверждает заказы, возвраты, обмен блюдами между столами, продажу по свободной цене, дает скидки. Снимает текущие и финальные отчеты по выручке (общий или с разбивкой по кассирам, официантам, станциям).

Администратор зала может выполнять свои функции с любого стационарного компьютера, находящегося в локальной сети.

Рабочая станция официанта:

- вход в систему авторизован по коду или с применением пластиковых авторизационных карт. Вводит и сохраняет заказ (ввод блюд по «горячим клавишам», по коду из меню);
- печать заказов на удаленных принтерах бара и кухни. В чеках-заказах можно оставлять специальные сообщения на кухню или в бар (например, «готовить позже», «готовить без соли» и т.д.);
- дополняет ранее введенный заказ (дозаказ);
- печать гостевого счета (предварительный чек, подаваемый гостю перед окончательным расчетом).

Рабочая станция бармена-кассира ведет учет продаж продукции в баре и через официантов; работает с заказами всех официантов; закрывает счета официантов; принимает к оплате наличные деньги, пластиковые платежные карты; выдает официанту фискальный чек для передачи гостю.

Холодный и горячий цеха; рабочее место бармена

Работники кухни и бармен оперативно получают заказы посетителей (после того, как официант на своей рабочей станции ввел заказ,

он автоматически печатается на кухонном принтере). В чеках указывается номер стола, блюда, причем с расшифровкой, например, рыбу полить соком лимона, готовить без соли. По этим чекам официант получает блюда из кухни.

Комплект комбинированных драйверов торгового оборудования позволяет подключать встроенные и внешние пользовательские компоненты управления устройствами. Система управления торговым оборудованием позволяет использовать устройства, подключенные к различным компьютерам сети с произвольного рабочего места.

2.3. Использование автоматизированной системы «R-Keeper»

R-Keeper – это современная полнофункциональная компьютерная система для организации высокотехнологичного кассового обслуживания для предприятий сфер обслуживания различной формы (классический ресторан, кафе, фастфуд, развлекательный центр и т.п.). Это мощный инструмент для всеобъемлющего контроля зала, складского учета и учета рабочего времени, отличный помощник для финансового менеджмента. Она позволяет решить множество проблем, повседневно возникающих при работе в баре, бистро, кафе и ресторане. Система подходит для малых и больших ресторанов, позволяет эффективно управлять ресторанами корпорации.

Наиболее ощутимые результаты достигаются по следующим направлениям:

- максимальная скорость и простота работы персонала при обслуживании клиентов, что достигается минимальными затратами времени на оформление заказа и организацией сервис-печати в барах и кухнях;
- исключаются ошибки расчетов, поддерживается документальность операций на всех уровнях;
- наличие надежной системы защиты от несанкционированного доступа, использующей современные средства идентификации с разделением полномочий на программном уровне;
- осуществление статистических расчетов по продажам;
- создается база данных, которую могут использовать программы по учету движения продуктов на производстве, расчету зарплаты персонала и т.д.

Система R-Keeper работает на нескольких кассовых аппаратах, называемых станциями, объединенных в локальную вычислительную сеть. Максимальное количество станций, подключаемых в одну сеть, ограничивается характеристиками компьютерной сети.

Станции по своему назначению и функциональным возможностям разделяются на четыре вида:

- станция кассира;
- станция официанта;
- станция бармена;
- станция менеджера.

Кассир регистрирует барменов и официантов в начале рабочего дня и оплачивает их счета. Он получает от официанта деньги, которые вручает ему клиент, и пробивает фискальный чек. Кассир выбирает способ оплаты заказа (наличные, кредитные карты или другой платеж) или комбинирует в одном платеже несколько типов сразу. Пока чек не будет пробит, заказ будет «висеть» в системе, и рабочий день закрыть нельзя. В момент завершения операции со складов автоматически списывается то количество продуктов, которое израсходовано на изготовление блюд согласно калькуляционным картам.

На терминал *официанта* (или КПК, заменяющий бумажный блокнот) устанавливается модуль «Официант». Он позволяет сформировать заказ и отправить его на кухню, распечатать для клиента предварительный счет, отменить блюда и напитки (если менеджер даст ему полномочия на это действие), сделать дополнительный заказ и т. д. Последовательность действий официанта заложена в систему таким образом, чтобы предотвратить махинации со счетом, столиками и отказами от блюд. Официант имеет право открыть стол только на свое имя, что исключает возможность возникновения случайных ошибок.

Бармен, обслуживающий людей у стойки, совмещает функции официанта и кассира. Он работает с терминалом заказа и кассовым ящиком и имеет право закрывать счет. От кассира бармен отличается тем, что может работать только со своими счетами – полная их таблица бармену недоступна.

В зависимости от уровня полномочий, *менеджеров* может быть несколько: менеджер зала, менеджер офиса и администратор. Они используют одинаковый модуль, но имеют доступ к разному количеству функций. Самые широкие возможности у администратора, роль которого обычно выполняет владелец или управляющий ресторана.

Он контролирует всю работу ресторана, может менять любые параметры системы и передавать часть своей ответственности «младшим» менеджерам.

В их обязанности входит заполнение и изменение всех рабочих словарей ресторана (меню, списка персонала и др.), выполнение отказов, закрытие кассового дня и снятие отчетов.

В качестве менеджерской станции используется IBM PC – совместимый компьютер. Станции бармена и кассира представляют собой специализированные IBM PC – совместимые компьютеры, имеющие в качестве дополнительных устройств считыватели магнитных карточек или электронных таблеток, разъемы для подключения чековых принтеров, интерфейсы для кассового ящика и дисплея покупателя. Станция официанта – специализированный IBM PC – совместимый компьютер со считывателем магнитных карточек.

Для больших ресторанов с большим количеством рабочих станций рекомендуется использование файл-сервера (IBM PC – совместимый компьютер с хорошими скоростными характеристиками). Дополнительные затраты окупаются значительным ускорением в работе системы.

Основные понятия системы

1. Структура меню. Меню ресторана представляет собой иерархическую древовидную структуру, очень удобную для работы.

2. Модификаторы. В системе предусмотрена возможность учитывать пожелания гостя при приготовлении блюда и сообщать их при составлении заказа на кухню или в бар.

3. «Горячие» клавиши – это клавиши на клавиатуре рабочей станции, с помощью которых осуществляется быстрый ввод блюда в счет или вызов на экран содержимого группы блюд. Использование «горячих» клавиш значительно сокращает время оформления заказа. Пользователь имеет возможность сам определять «горячие» клавиши.

4. Сервис-печать. Система осуществляет автоматическое сообщение заказа в соответствующее подразделение производства.

5. Категории блюд. Все блюда разбиваются на категории, объединенные по какому-нибудь признаку. Это дает дополнительную возможность проведения анализа работы ресторана с использованием отчетов по реализации блюд по категориям.

6. Типы валют. В системе может задаваться любое количество валют (к валютам относятся также кредитные карты и безналичные

расчеты), при этом обязательно должны быть указаны два типа валют: базовая валюта – валюта, в которой указываются цены на блюда в меню ресторана, национальная валюта – основная валюта государства.

7. Виды чеков: предварительный чек (пречек); фискальный чек.

8. Технологии, поддерживаемые системой: технология работы по магнитным картам (Card Pay System); технология твердой копии (Hard Copy).

9. Авторизация доступа к системе. Ключем доступа персонала в систему является индивидуальный код, хранящийся на магнитной карте или электронной таблетке. Такую карту или таблетку должен иметь каждый работник ресторана, работающий с кассовой системой.

Высокая функциональность R-Keeper позволяет проводить авторизацию кредитных карт непосредственно на кассовом терминале, что обеспечивает более высокую скорость осуществления платёжных транзакций и минимизирует работу кассира.

При использовании системы R-Keeper возможна выдача гостям именных магнитных карт (Персональная Дисконтная Система). Персональная карта клиента может совмещать функции дисконтной, бонусной и платежной карты. Скидка на карте может быть фиксированная, либо увеличиваться в зависимости от суммы, потраченной гостем; действовать круглосуточно, либо по заданному расписанию. Для платежной карты можно определить скидку, которую гость будет получать при оплате счета. На платежную карту возможно внесение средств, которые будут сниматься автоматически при оплате счетов. Кроме того, для конкретных клиентов, можно определить сумму кредита. Для платежной карты возможно начисление бонуса при оплате счета определенной валютой. С помощью технологии Персональная Дисконтная Система можно осуществлять Фейс-контроль на входе в ресторан.

Система R-Keeper может быть установлена на переносных терминалах (Pocket PC), что позволяет ускорить обслуживание и улучшить сервис. При работе с переносным терминалом общая схема автоматизации остается неизменной, но официант формирует заказ, выбирая блюда и напитки непосредственно находясь около столика гостя. На переносном терминале устанавливается прикладное программное обеспечение «Мобильный Официант R-Keeper», позволяющее полностью реализовать все возможности, предусмотренные стационарным Pos-Терминалом. Удобный интерфейс позволяет официанту безоши-

бочно внести информацию о заказанных блюдах и напитках. После оформления и сохранения заказа информация поступает по WI-FI во все подразделения ресторана (кухня, бар, касса). Через секунду официант готов уделить внимание следующему гостю.

Использование технологии передачи пейджинговых сообщений позволяет усовершенствовать взаимодействия различных служб ресторана, сократить временные затраты на общение между сотрудниками зала и кухни, повысить скорость и качество обслуживания гостя.

Официант получает сообщения о готовности блюд (или другие сообщения) на свой пейджер или на экран отображения вызова.

Менеджер может, не выходя в зал, отправить сообщение официанту из офиса со своего менеджерского компьютера.

Использование устройств вызова, расположенных на столиках, избавляет посетителей ресторана от необходимости разыскивать официанта, привлекая его внимание к своему столику.

Использование специального экрана отображения вызова позволяет официантам получать детализированные сообщения.

Эта технология становится просто необходимой при больших расстояниях между залом, кухней, баром и офисом, или, если планировка зала не дает возможности визуального контроля за всеми столиками. Например, наличие нескольких залов, использование в интерьере различных перегородок, ниш, кабинетов и т.д.

Система «Контроль заказов» позволяет официантам информировать кухню о начале приготовления заказов, отслеживает количество заказов, длительность их пребывания на производстве. При превышении установленного времени приготовления, система сигнализирует об этом, выделяя установленное значение времени другим цветом. Чтобы отправить вызов официанту на пейджер, достаточно отсканировать соответствующий штрих-код сервис-чека. Данный способ может служить альтернативой вызова официанта со специального устройства. Преимущества: сканер занимает меньше места на кухне, уменьшается время, затрачиваемое поваром на отправку вызова. С помощью этой технологии можно получить достоверную информацию о времени, затраченном на приготовление блюда и скорости обслуживания гостя, что позволит принять меры для улучшения качества обслуживания в ресторане.

Технология «Карта на входе» может быть использована в ночных клубах с большим количеством баров, где исключен расчет наличны-

ми средствами внутри каждого бара и финальный расчет происходит на кассах, установленных на выходе. Идея этой технологии состоит в том, что в каждый гость на входе в клуб получает персональную магнитную карту. Карта может быть кредитной, с установленным денежным лимитом, либо дебетовой, на которую гость осуществляет взнос денежных средств при входе в клуб. Оформление всех заказов гостя в систему осуществляется только при регистрации его магнитной карты. Сумма заказов гостя не может превышать установленный лимит. При достижении лимита или при выходе из клуба, необходимо провести окончательный расчет на кассе, где происходит прием денежных средств от гостя и оформляется чек. Чек, предоставленный клиенту, содержит полный перечень всех услуг, полученных в клубе.

Технология «Контроль розлива» позволяет анализировать и сравнивать количество напитка (например, пива), проданного через кассу и количество, пролитого через аппарат, а также их расхождения. Информация по расходу напитка отображается в отчетах приложения к системе R-Keeper «UCS Учет пива». Данные в отчете обновляются в режиме «on-line». При использовании технологии «Разлив на столах» гость имеет возможность самостоятельно управлять разливом пива прямо со столика. Количество отпущенного пива учитывается с помощью расходомера, управляемого контролером, имеющим интерфейс с кассовой системой R-Keeper. Количество отпущенного пива автоматически попадает в счет гостя, и по установленной в R-Keeper цене рассчитывается сумма напитка.

Для оптимизации связи между залом и производством может быть использована система VDU (Video Display Unit) и система KDS (Kitchen Display System). Это мониторы, на которых отображаются сформированные заказы. VDU и KDS могут полностью заменить сервис-печать или использоваться совместно с ней. Информация, отображаемая на мониторе, доступна сразу большому количеству сотрудников производства; при вводе заказа на станции, он автоматически отображается на экранах.

Система складского учета *R-Keeper StoreHouse* позволяет полностью контролировать процесс управления производством в ресторанах, кафе и ресторанах быстрого обслуживания.

Функции системы:

- учет движения товаров (приход, расход, списание, комплектация и др.);
- калькуляция блюд (автоматический расчет себестоимости);

- полностью автоматизированное списание продуктов и полуфабрикатов на основании реализации блюд с использованием или без использования взаимозаменяемых продуктов;
- многофункциональная инвентаризация, в том числе инвентаризация полуфабрикатов;
- ввод и хранение данных о всех продуктах, участвующих в производстве, единицах измерения, корреспондентах, валютах, ставках налога с продаж и НДС, плане счетов и т.д.;
- обмен данными с «StoreHouse BackOffice»;
- использование функций автоматического поиска, копирования и автозамены максимально ускоряет и упрощает процесс заполнения словарей и документов системы;
- используемый в системе StoreHouse принцип расчета себестоимости методом FIFO реализуется за счет автоматического пересчета себестоимости в зависимости от имеющихся в системе документов;
- возможности системы по работе с документами.

Система позволяет создавать и обрабатывать следующие документы: приходные накладные, расходные накладные, документы внутренних перемещений, сличительные ведомости, документы возврата товара поставщику, документы списания испорченных продуктов, комплектации, счета-фактуры, документы о расходе блюд.

2.4. Электронное меню «eMenu»

Система eMenu (электронное меню) – это интерактивная система заказов, позволяющая клиенту легко и быстро ознакомиться со всем многообразием предлагаемых блюд, в любой момент без помощи официанта сделать заказ или попросить счет.

Электронное меню – это видео презентация. Электронное меню (eMenu) дает посетителю возможность в полной мере ощутить гостеприимство и по достоинству оценить уникальность сервиса, тем самым делая посещение кафе или ресторана незабываемым. Однажды побывав в заведении, оборудованном системой eMenu, гость будет возвращаться к сюда снова и снова за положительными эмоциями и современным качественным обслуживанием.

Результатом улучшения качества обслуживания клиентов с использованием электронного меню, станет ощутимое увеличение количества и объема заказов. Статистика показывает, что столики, обо-

рудованные системой электронного меню (eMenu), в среднем приносят на 20 – 25 % больше дохода, а оборот заведений, использующих eMenu, существенно увеличивается, вплоть до 40 % по определенным блюдам и напиткам.

Существует три возможных варианта исполнения системы eMenu:

- на базе ультратонких сенсорных планшетов;
- на базе стационарных сенсорных моноблоков, размещаемых рядом со столиком;
- на базе eMenuTable – столик со встроенным сенсорным дисплеем.

При любом варианте исполнения меню будет отображаться на высококачественных ЖК-дисплеях с широким углом обзора и глубокой цветопередачей.

Оба варианта не требуют абсолютно никаких изменений в инфраструктуре заведения. С электронным меню (eMenu) не придется прокладывать провода, размещать столики вдоль стен и вообще как-либо изменять интерьер помещения. Более того, система разворачивается в любом заведении в течение нескольких часов и прекрасно вписывается в любой интерьер.

Создатели eMenu ставили перед собой следующие основные задачи:

- увеличить доход и повысить прибыльность ресторанного бизнеса;
- повысить лояльность постоянных клиентов и привлечь новых;
- помочь создать атмосферу гостеприимства, сочетающую в себе современные технологии, яркие впечатления и комфорт;
- предоставить универсальное средство прямого общения с клиентом, позволяющее наиболее эффективно информировать гостя обо всех новинках меню и дополнительных услугах;
- повысить качество и точность, а также ускорить исполнение заказов клиентов, снизив затраты и нагрузку на персонал.

Электронное меню eMenu предоставит гостям новые возможности:

- рассмотреть в деталях любое предлагаемое блюдо или напиток;
- мгновенно получить наиболее полную информацию о блюде: высококачественное изображение, подробное описание, ингредиенты, способ приготовления и многое другое;
- делать и оплачивать заказ одним кликом, когда это удобно вашему гостю;
- скрасить время ожидания заказа увлекательными играми и другими интерактивными развлечениями;
- выбрать язык общения (многоязыковая поддержка);

- получить поздравления с новым годом, днем рождения или любым другим праздником;
- получить средство обратной связи с руководством заведения, в виде простой и удобной интерактивной анкеты.

Все это превратит обыденный процесс пролистывания меню, в увлекательное занятие, создающее настроение и желание неоднократно посетить предприятие питания.

С eMenu ресторатор получает уникальные преимущества:

- средний счет в кафе или ресторане значительно увеличится;
- посещаемость заведения возрастет;
- уникальное оформление меню повысит узнаваемость вашей торговой марки;
- любое взаимодействие с eMenu фиксируется системой, и дает возможность отслеживать перемещение клиентов по дереву меню, анализируя типичные модели поведения.

При выборе блюд, eMenu всегда предложит гостю в качестве рекомендаций несколько вариантов закусок и напитков, наилучшим образом дополняющих его заказ. Это в совокупности с простотой и удобством eMenu будет стимулировать клиента заказывать больше. Наличие игр и других интерактивных развлечений разнообразит досуг гостей, и привлечет самых маленьких клиентов, а вместе с ними и их родителей.

Электронное меню (eMenu) снимет значительную часть нагрузки с персонала заведения, уменьшит объем бумажной работы и расходы на администрирование. С eMenu ресторатор в любой момент может легко добавить или исключить из ассортимента любое блюдо или напиток. В результате гость никогда не услышит, что по определенным причинам, «сегодня нет возможности приготовить это блюдо».

Используя eMenu, не придется тратить время и деньги на дорогостоящие услуги дизайнеров и типографий каждый раз, когда надо дополнить или видоизменить меню. Система eMenu предоставляет уникальную возможность абсолютно самостоятельно полностью конфигурировать настройки системы, в том числе дизайн и элементы визуализации. Благодаря доступному и интуитивно-понятному интерфейсу для полной настройки eMenu достаточно базовых знаний обычного пользователя ПК.

eMenu – сочетание инновационных технологий, хорошего настроения и ярких впечатлений. Клиенты всегда будут располагать полной информацией о любом блюде нового меню и по достоинству оценят возможности и многообразие предлагаемых развлечений.

Гибкие настройки визуализации eMenu позволят создать уникальный дизайн меню, в полной мере отражающий уникальность заведения.

Наличие многоязыковой поддержки исключает проблему языкового барьера и гарантирует, что потребитель почувствует себя желанным гостем на предприятии питания независимо от того, на каком языке он говорит.

Четкое и оперативное исполнение заказов всегда является залогом высокой доходности в ресторанном бизнесе. В заведении, оборудованном eMenu, посетители заказывают больше и чаще, не испытывая неудобств, связанных с нехваткой времени, стеснением или недостаточным пониманием меню. Заказы клиентов мгновенно поступают на кухню и администратору ресторана. При этом вероятность ошибки в заказе сводится к нулю, и гостю подадут именно то блюдо или напиток, который он заказывал.

Кроме этого eMenu предоставляет уникальное средство продвижения и рекламы. Всплывающие рекомендации блюд и напитков, заранее запрограммированные в системе, позволяют стимулировать клиентов заказывать элементы меню с более высокой нормой прибыли. А специальные модули интерактивного меню, рекламирующие дополнительные услуги (например салона красоты или газированной воды компании-партнера) станут дополнительным источником дохода.

Гости по достоинству оценят абсолютно новый уровень сервиса в отелях, оборудованных интерактивной системой заказов. Постоялец будет иметь возможность, не только ознакомиться с меню ресторанов, находящихся в отеле, и сделать заказ из номера, но и получит доступ к полезной информации, такой как: расписание поездов и самолетов, расположение местных достопримечательностей, анонсы концертов и фестивалей, описание национальных праздников и многое другое. Находясь на виду у постояльца, и постоянно демонстрируя блюда и напитки, eMenu стимулирует импульсные заказы, что существенно повысит доходность кафе и ресторанов.

2.5. Электронный ресторан

Цифровое питание вторгается в крупные рестораны и небольшие закусочные, а возможность утонченного приема пищи вне дома находится под угрозой. Возникает новый тренд – *«Электронный ресторан»*.

Выбор заказа в современных ресторанах быстрого обслуживания можно осуществить значительно быстрее, чем, отстояв очередь в McDonalds, в итоге сказать «Мне один Биг-Мак, пожалуйста». Подход к осуществлению заказа меняется кардинально, становясь значительно проще. Вместо того чтобы ждать официанта, который потом запишет заказ и отнесет его на кухню, потребителю нужно просто выбрать понравившиеся блюда из меню на сенсорном экране монитора, расположенного прямо на вашем столике. То, что сначала было лишь рекламной уловкой для ресторанов, возможно, и станет главным элементом сферы питания в ближайшее время, так как все больше и больше клиентов и ресторанов переходят на концепцию электронного ресторана с электронным меню, экономя и свои затраты, и время.

Например, ресторан Pan Asian в лондонском районе Soho использует собственную систему приема цифровых заказов, основанную на вмонтированной в стол сенсорной панели, соединенной с кухней посредством беспроводного интерфейса Bluetooth. Еще дальше пошел другой лондонский ресторан Inamo, где клиентам предлагают опробовать самую продвинутую систему цифровых заказов. Этот ресторан, оформленный в стиле «ультра hi-tech», известен своими столами, поверхности которых являются сенсорными экранами, при помощи которых потребитель может не только сделать заказ, не дожидаясь официанта, но и наблюдать за работой поваров, а также выбрать виртуальную «скатерть» или музыку из представленного рестораном play-листа.

Подобное удобство электронного ресторана простирается намного дальше, чем простое избавление от навязчивых, забывчивых или никуда не спешащих официантов. Пройдясь по виртуальному электронному меню, гость может рассмотреть изображения блюд, которые планирует заказать. Сенсорные дисплеи в Inamo поддерживают одновременную работу с двумя клиентами. При этом ожидая заказ из кухни, гость может сыграть в компьютерные игры. Для этого прекрасно подойдет, например, Battleship (аналог всем известного «Морского боя»). Интересно будет посмотреть живой репортаж о том, как повара готовят выбранное блюдо. Находясь в режиме online, потребитель имеет возможность рассказать о своих гастрономических предпочтениях другим пользователям Сети или сделать неплохую рекламу ресторану с помощью заметки в Twitter.

Не все рестораны, где заказы можно осуществлять без помощи официанта, оформлены столь же технологично, как Inamo. Некоторым это и не нужно. Например, отель Delhi, чья работа основывается на системе оповещения с большим радиусом действия, представляет посетителям своеобразный гостевой пейджер. Маленькое устройство наделено клавиатурой и дисплеем, и с его помощью гость сможет отправлять сообщения персоналу. Как только клиент начнет печатать запрос и номер столика, другой пейджер, находящийся на запястье официанта, оповестит его о необходимости срочно уделить внимание посетителю.

Среди других «пионеров» тренда электронных ресторанов следует выделить японскую компанию Aska T3 и недавно созданную израильскую фирму Conceptic. Они обе ведут ресторанный бизнес у себя на родине и в некоторых странах Европы, и также используют электронные системы при осуществлении заказов.

Приверженцы электронного меню утверждают, что заказы осуществлять значительно проще, быстрее и порой даже забавнее. Возможность увидеть изображение блюда до того как осуществить заказ, очень нравится посетителям электронных ресторанов, желающим изучить новые и необычные вкусы. А при использовании одного и того же меню, в которое можно вносить комментарии, процесс заказа блюда и вовсе превращается в социальный сервис. Люди уже «не прячутся» за бумажными меню, как бы красиво они ни были оформлены, а сам процесс выбора блюд приобретает оттенок интерактивного общения, так как есть возможность ознакомиться с мнениями других посетителей ресторана.

Клиенты, использующие электронную систему заказов посредством вмонтированного в стол сенсорного экрана, увеличивают свое меню на 1 – 2 блюда благодаря красочным цифровым изображениям фирменных блюд. При этом сокращение большей части персонала, состоящего из официантов, позволит сократить текущие расходы.

По мере еще большей экспансии технологий в нашу жизнь, не придется встраивать сенсорные панели в ресторанные столики, так как с каждым днем все больше и больше людей не представляют своей жизни без смартфонов с большими экранами или планшетных компьютеров. Электронным ресторанам даже не понадобится предоставлять клиентам свое собственное компьютерное оборудование, обеспечив лишь свои помещения устойчивым сигналом для беспроводного подключения. И эта идея уже реализуется на практике.

Например, электронный ресторан Globo Mundo Tapas в Сиднее представил электронное меню заказов, доступное для всех клиентов-пользователей iPad уже через неделю после появления этого гаджета в сети магазинов Apple в Австралии. Рестораны сети Nir в Нью-Йорке и других крупных городах Америки также используют электронную систему, позволяющую клиентам, не расстающимся с этим гаджетом, просматривать меню и осуществлять заказы прямо с устройства.

Конечно же, официанты никогда «не исчезнут» полностью, и даже если потребитель заказывает блюдо, пользуясь сенсорным экраном, и после производит оплату через POS-терминал, именно официант должен принести готовое блюдо из кухни. Другой вопрос заключается в том, обязательно ли это должен быть человек?

В Германии, где ощущается нехватка обслуживающего персонала, ресторан города Нюрнберга нашел способ автоматизировать процессы, лежавшие до этого на плечах официантов. В ресторане быстрого питания 's Bagger, предлагающем посетителям традиционную немецкую кухню, еду к столу доставят в металлическом контейнере, который перемещается по залу с помощью системы рельс. Кухня расположена непосредственно над банкетным залом, и цифровые заказы туда поступают с тех же сенсорных экранов, вмонтированных в столики. Когда блюдо готово, его помещают в маленький контейнер и отправляют вниз сквозь пол по спиральной рельсовой системе. В итоге контейнер с едой остановится непосредственно перед столом гостя.

Ресторан Najime (Бангкок) отличается тем, что весь обслуживающий персонал (кроме поваров) состоит исключительно из роботов, разработанных компанией Motoman. Четыре робота официанта, одетых в разноцветные костюмы японских самураев, доставляют еду к столикам клиентов. Машины без каких-либо эмоций переждут долгие размышления клиента при выборе блюд, чтобы затем принести их, а после приема пищи забрать грязную посуду. Из-за того, что Najime является рестораном Shabu-shabu (гость самостоятельно готовит себе еду, окуная кусочки в кипящую воду), людей рассаживают за столиками прямоугольной формы. Это позволило запрограммировать роботов официантов так, чтобы они двигались по прямой, а их пути в середине зала не пересекались.

Уникальность и инновационность сервисов, предоставляемых электронным рестораном, сделают предприятие питания любимым местом отдыха и проведения деловых встреч.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение автоматизации предприятий питания. Назовите ее цель и задачи.
2. Укажите основные преимущества автоматизации предприятий питания.
3. Охарактеризуйте программно-аппаратные комплексы «Front-office» и «Back-office»?
4. Какие действия позволяют осуществлять программы «Front-office» и «Back-office»?
5. Какие этапы включает схема работы автоматизированной системы предприятия питания?
6. Приведите пример работы системы «Front-office».
7. Охарактеризуйте пункт «модификаторы» в системе «Front-office»?
8. Перечислите основные возможности конфигурации «Ресторан+Бар+Кафе».
9. Укажите преимущества работы конфигурации «Ресторан+Бар+Кафе».
10. Какое оборудование необходимо для организации высокотехнологичной автоматизированной системы?
11. Сколько рабочих мест может иметь автоматизированная система «Ресторан+Бар+Кафе»?
12. Укажите преимущества работы конфигурации «R-Keeper».
13. Сколько рабочих станций имеет автоматизированная система «R-Keeper»?
14. Приведите структуру построения работы системы «R-Keeper»?
15. Какие дополнительные функциональные возможности имеет система «R-Keeper»?
16. Дайте характеристику работы системы складского учета «R-Keeper StoreHouse».
17. Что такое «eMenu»?
18. Укажите варианты организации системы «eMenu» на предприятии питания.
19. Перечислите возможности и преимущества электронного меню.
20. Какие современные способы обслуживания предлагает электронный ресторан?

3. СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ

3.1. Элементы концепции предприятий питания

Концепция – это техническое задание, или пошаговая инструкция создания предприятия общественного питания как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих.

Концепция или фирменный стиль становится обязательным атрибутом ресторанного бизнеса, поскольку он является главным средством создания и поддержания образа фирмы.

Фирменный стиль – это совокупность элементов, объединённых одной общей идеей, которая позволяет предприятию быть узнаваемым среди конкурентов.

Воздействие фирменного стиля направлено не только на формирование имиджа предприятия или услуги у внешней аудитории, но и на создание определённого отношения внутренней аудитории (коллектива, рабочей группы) к предприятию.

Разработать детальную концепцию предприятия общественного питания – это проверить состоятельность идеи, сформировать целостное представление о деятельности всех служб. Оформленная концепция позволяет получить на выходе именно тот продукт в виде готового предприятия питания, который задуман. Концепция позволяет координировать работу всех участников процесса создания предприятия общественного питания. Таким образом, в концепции должны отражаться следующие аспекты:

- требования к разработке бренда (марки) предприятия общественного питания; его названию; логотипу;
- дизайн, стиль интерьера;
- мебель;
- столовая посуда, приборы, белье;
- униформа персонала;
- меню;
- музыкально-развлекательная программа;
- организация рекламно-маркетинговых мероприятий.

Марка (brand) – название, понятие, знак, символ, дизайн или комбинация вышеперечисленных составляющих, предназначенная для идентификации предлагаемых продавцом (группой продавцов) това-

ров или услуг, а также их отличий от товаров и услуг конкурентов. Законодательные системы признают торговую марку собственностью и позволяют владельцам торговых марок с помощью процедуры регистрации торгового бренда заявить о своих правах на данную марку и логотип.

Торговая марка предприятия общественного питания должна отвечать двум условиям: иметь возможность представления в графической форме и позволять отличить товары и услуги одной компании от товаров и услуг другой компании.

Торговой маркой, могут быть:

- слова, изобретенные (неологизмы) или принадлежащие известному языку (в последнем случае они не должны использоваться на том языке как родовые для товаров и услуг, для которых торговая марка применяется;

- фамилии и имена;

- подписи (экслибрисы) и символы;

- письма, числа (номера);

- акронимы (аббревиатуры),

- лозунги (слоганы);

- комбинации: подписей (экслибрисы), чисел (номеров), шрифтов, знаков, эмблем (графических символов); рекламных девизов (слоганов);

- эскизы, рисунки, узоры, фигуры и пиктограммы;

- собрания слов или графических элементов и сложных признаков;

- (подписей), связывающих устные и графические признаки (символы);

- цвета или комбинации цветов.

Бренды позволяют предприятию общественного питания улучшать свои финансовые результаты или влекут за собой дополнительные издержки на снятие негативных ассоциаций.

Название. Имя заведения несёт две основные функции:

- влияние на потребителя с точки зрения создания ассоциативного ряда, который позволит создать представление о заведении ещё до его посещения. Возникший в сознании ассоциативный ряд создаст определённое настроение и повлияет в дальнейшем на атмосферу заведения;

- поскольку любое успешное заведение является брендом, его название является основным инструментом брендинга, с помощью которого можно влиять на целевую аудиторию.

Название предприятия должно находить свое воплощение в следующем: дизайн залов, интерьерные особенности, декорации залов; названия блюд (стилизация); форма персонала; дизайн мебели; развлекательная программа; рекламный слоган, оригинал-макеты, рекламная кампания.

Только в том случае, если все визуальные аспекты заведения так или иначе отражают его название, концепция может считаться цельной и ее влияние на целевую аудиторию увеличивается.

К названию предприятия питания предъявляются следующие требования: оно должно быть коротким, звучным, предпочтительнее, состоящим из одного слова, в крайнем случае, двух. Название должно отражать концепцию заведения.

Особая функция *логотипа* и состоит в том чтобы, быстро и четко сказать о предприятии. Разработка логотипа – формирование визуального стиля, который отразит особенность работы предприятия, ключевое качество, главное отличие.

Дизайн-проект – это одна из важнейших составляющих общей концепции предприятия общественного питания. Когда клиенты судят о таких вещах, как атмосфера заведения, уют, эстетика, они очень часто подразумевают в первую очередь интерьерное решение. Нередко случается даже так, что при выборе концептуального решения, инвестор сначала решает для себя, в каком стиле должен быть выполнен интерьер, а уже потом под него «подтягивается» все остальное, включая и название.

Интерьер предприятия общественного питания, в первую очередь, должен привлекать посетителей. Во многом именно дизайн предприятия формирует целевую аудиторию заведения. Качественный дизайн интерьера предприятия общественного питания не подразумевает никаких интерьерных излишеств. Интерьер предприятия общественного питания должен в точности соответствовать тематике заведения. Интерьер хорошего предприятия общественного питания всегда должен приятно удивлять своих посетителей, радовать, создавать уютную теплую атмосферу.

Мебель на предприятии общественного питания является важной составляющей интерьера помещения, требования, которые к ней предъявляются – удобство, красота и прочность. Мебель является функциональным элементом в интерьере предприятий и одним из идентифицирующих тип и класс предприятия критериев. Выбор типов мебели должен соответствовать назначению предприятия, его ти-

пу и классу, стилевому решению интерьера. К общим требованиям, предъявляемым ко всем типам мебели на предприятиях общественного питания, следует отнести: повышенную прочность, гигиеничность, эстетичность, соответствие характеру обслуживания. Удобство мебели зависит от ее соответствия антропометрическим данным человека. Чтобы потребитель не ощущал неудобства, расстояние между верхней площадью столешницы и сиденьем должно составлять от 29 до 31 см. В настоящее время различные производители мебели могут предложить мебель разнообразной стилистики.

Столовые посуда и бельё. Не следует забывать об использовании столовой посуды и белья для формирования стиля предприятия. На них можно поставить фирменный знак предприятия, что закрепит их принадлежность данному предприятию, сделав брендованными. На предприятиях питания в основном используется фарфоровая, фаянсовая, керамическая, стеклянная, хрустальная посуда. К основным видам белья относят скатерти, салфетки, ручники, полотенца. Столовое бельё изготавливают из льняных тканей. Они отличаются большей прочностью и гигиеничностью по сравнению с хлопчатобумажными, поверхность льняных тканей более гладкая, вследствие чего они меньше загрязняются, легко отстирываются. Эти ткани отличаются белизной и шелковистым блеском. Очень важно помнить о цветовом сочетании скатерти, салфеток. Необходимо подбирать салфетки одной цветовой гаммы со скатертью. Возможно отличие оттенков. Можно подобрать скатерти и салфетки в тон шторам торгового зала.

Униформа (форменная одежда) персонала является неотъемлемой частью концепции заведения и одной из составляющих его фирменного стиля. Одним из важнейших требований к униформе является то, что при её изготовлении должны использоваться специальные ткани повышенной износостойкости, рассчитанные на ежедневную носку, частые стирки и химчистку. Внешний вид сотрудников должен строго соответствовать корпоративному стилю заведения. Форменную одежду для официантов, барменов следует выбирать в зависимости от кухни, интерьера, концепции кафе. Наиболее простой вариант – стандартный: светлая блуза из лёгкой ткани и чёрные брюки или юбка средней длины. Такая униформа подходит для классических предприятий питания европейской кухни. Для заведений с национальной кухней подойдут костюмы, выдержанные в национальном стиле. Форменная рабочая одежда должна быть пошита из материалов, которые легко стирать, также она должна долгое время не изна-

шиваться, и не терять привлекательный внешний вид. Униформа предприятия общественного питания является его своеобразной визитной карточкой. Поэтому к выбору одежды для обслуживающего персонала нужно подходить со всей серьезностью. При выборе дизайна униформы во многих специализированных компаниях существует два варианта услуг: заказ стандартных моделей по имеющимся каталогам и работа с дизайнером. И в том и в другом варианте имеются свои плюсы и минусы. Индивидуальная разработка подразумевает большие временные и денежные затраты, но при этом позволяет создать собственный стиль заведения. Если же не так важен сам дизайн одежды как ее расцветка, то стандартная модель может выглядеть не менее интересно, если грамотно подобрать ткани. Так же, необходимо учитывать интерьер заведения – униформа должна быть соответствующего стиля.

Профессия поваров, барменов, официантов подразумевает постоянную работу с продуктами питания и посетителями: помимо отличного дизайна униформа должна соответствовать некоторым техническим характеристикам: стандартные ткани, используемые для пошива униформы, должны состоять из 50 % синтетики и 50 % хлопка. Синтетические ткани практически не мнутся, но плохо пропускают воздух. Изделия, состоящие из стопроцентного хлопка, хорошо гладятся, и лучше пропускают воздух, но при этом плохо отстирываются из-за мелковолокнистой структуры материала.

Особое внимание уделяется изготовлению поварской одежды. Для нее используются гигроскопичные и натуральные воздухопроницаемые или смесовые материалы с жиро- и водоотталкивающими покрытиями. Одежда для поваров горячего и холодного цехов в основном различается по плотности ткани. В первом случае используются более плотные материалы, во втором – более тонкие.

Для униформы официантов, барменов и администраторов в основном берутся смесовые ткани. Изделия из смесовых тканей особенно практичны: не садятся при стирке и меньше подвергаются загрязнению.

Меню также является неотъемлемой частью фирменного стиля предприятия. На него нанесён логотип предприятия, оно выполнено в общем стиле предприятия, с использованием в оформлении его фирменных цветов. Украшает меню эмблема предприятия, которая должна подчеркивать специфику ресторана, бара, кафе. В правой верхней части раскрытого меню целесообразно дать краткие сведения

о работе предприятия. Информацию о фирменных блюдах, закусках, напитках иногда можно дополнить соответствующими рисунками, занимательной исторической справкой о том или ином блюде, чтобы привлечь к нему внимание посетителей.

При составлении меню учитываются тип предприятия, ассортиментный минимум блюд, особенности обслуживаемого контингента, мощность предприятия, наличие сырья и продуктов, сезонность, время обслуживания (завтрак, обед, ужин), квалификационный состав поваров, оснащение необходимым оборудованием, посудой, инвентарем, трудоемкость блюд и кулинарных изделий. Для каждого предприятия питания, в зависимости от его типа и класса, устанавливается ассортиментный минимум – определенное количество блюд и напитков, которые ежедневно должны быть в продаже.

В зависимости от контингента потребителей, типа предприятия и принятых форм обслуживания предусматривают следующие **виды** меню.

Меню «а ля карт» (a la carte). Указывает порционные блюда с индивидуальной ценой на каждое. Этот вид чаще всего используется в дорогих ресторанах, расположенных в высококатегорийных гостиничных комплексах, где концепция обслуживания гостиницы и ресторана позволяет создать наиболее дорогие и комфортные условия.

Меню «табльдом» (table d'hote). Предлагает выбор одного или более вариантов каждого блюда по фиксированным ценам. Этот вид меню широко используется на предприятиях питания при гостиницах, так как гости считают его экономичным.

Меню «дю жур» (du jour) – меню дежурных (дневных) блюд.

Туристское меню. Строится так, чтобы привлечь внимание туристов, акцентируя дешевизну и питательные качества блюд, являющиеся существенной информацией для туриста.

Меню со свободным выбором блюд применяют на общедоступных предприятиях общественного питания. Для супов в меню, как правило, приводят стоимость порции и полупорции.

Разновидностью меню со свободным выбором блюд является *меню заказных блюд*, которое используется в ресторанах. В меню заказных блюд включают фирменные блюда, холодные блюда и закуски, супы, вторые горячие и сладкие блюда, горячие и холодные напитки, мучные кулинарные и кондитерские изделия. Все фирменные и заказные блюда готовят по заказу потребителей. Все заказные блюда готовят по заказу и подают через 10 – 15 мин, о чем сле-

дует обязательно предупредить посетителей. При подаче фирменных и заказных блюд необходимо обращать особое внимание на правильный подбор посуды и оформление блюд.

Меню комплексного обеда (завтрака или ужина) составляют для рабочих, студентов, школьников и других контингентов потребителей, питающихся в столовых, а также в ресторанах. При составлении комплексного меню обеда наряду с нормами рационального питания учитывают стоимость рациона, разнообразие и правильный подбор продуктов, входящих в блюдо. В меню комплексного обеда входят холодная закуска, суп, второе горячее блюдо и десерт. Меню рекомендуется составлять заранее в двух вариантах, отличающихся по составу блюд и цене.

Меню бизнес-ланча составляют в ресторане для быстрого обслуживания посетителей в специально отведенное время (как правило, с 12 до 16 ч). Если бизнес-ланч состоит из трех блюд, то посетитель выбирает набор из четырех курсов: первый – это несколько вариантов холодных и горячих закусок, второй – супы; третий – основные горячие блюда, и четвертый – десерты. Дополнительно в стоимость набора может входить кофе черный или чай. Как правило, меню бизнес-ланча меняется еженедельно, но в течение недели стоимость его остается постоянной, и в меню включаются те же блюда, что и в меню со свободным выбором блюд, но цены их ниже, чем при индивидуальном заказе.

Меню воскресного бранча предназначено для обслуживания населения во время семейных обедов в воскресные дни в период с 12 до 16 ч. В ресторанах в меню бранча включают шведский стол с широким ассортиментом закусок, блюд. Отдельно организуют чайный, фруктовый или десертный столы. Стоимость бранча заранее оговорена, в нее обязательно входит бокал вина или шампанского.

Меню дневного рациона составляется для участников симпозиумов, совещаний, конференций. При этом учитывают особенности обслуживаемого контингента потребителей. Калорийность меню дневного рациона колеблется от 2000 до 5000 ккал. Меню бывает со свободным выбором блюд или заранее скомплектованным (завтрак, обед, ужин). Последнее составляют с учетом планируемой стоимости питания на день. В меню завтрака должны входить натуральный сок или кисломолочные продукты, масло сливочное, холодная закуска, горячее блюдо несложного приготовления, горячий напиток, джем,

мучное кондитерское изделие, хлеб, тост. Меню обеда должно включать закуску, первое блюдо, второе горячее и сладкое блюда, хлеб. При подборе первых и вторых блюд учитывают калорийность ранее включенных холодных блюд и закусок (если закуска была рыбная, т.е. богатая белками, то первое блюдо может быть овощным, а гарнир второго блюда – крупяным). Меню ужина должно включать закуску, горячее блюдо, напиток и хлеб.

Меню диетического и детского питания составляется с учетом требований к рациональному и лечебно-профилактическому питанию.

Банкетное меню составляют в каждом конкретном случае при приеме заказа с учетом пожеланий заказчика, вида банкета и времени его проведения: банкет может быть завтраком, обедом, ужином. Исходя из вида банкета меню может быть для банкета за столом с полным или с частичным обслуживанием официантами. В меню банкета с полным обслуживанием официантами включают несколько холодных закусок, одну горячую закуску, суп, одно-два вторых горячих блюда, десертное блюдо, фрукты, горячие напитки. В меню банкета с частичным обслуживанием официантами входит более широкий ассортимент холодных закусок из расчета 1/2, 1/3 или 1/4 порции на человека, одна горячая закуска, одно-два вторых горячих блюда, десерт, фрукты, горячие напитки. Такое меню составляют для свадьбы, дня рождения, юбилея и т.д.

Меню тематических мероприятий (меню для специальных видов обслуживания). Такое меню, например, для встречи Нового года, празднования свадьбы, дня рождения и т. п., составляется заранее – за 10 – 12 дней до торжества в соответствии с пожеланиями заказчика. При этом учитывают характер события. Например, при праздновании дня рождения в меню по традиции включается торт, украшенный свечами по числу лет именинника; к свадьбе готовят свадебный торт.

К специальным видам меню следует отнести: вкладыши в меню – блюда от шеф-повара; дегустационное меню; меню национальной кухни в дополнение к основному меню; меню для гурманов; постное меню и т. д. Меню для специальных видов обслуживания характеризуется обилием разнообразных холодных закусок. Из горячих блюд обычно включают два-три: рыбное, мясное, из птицы; на десерт – фрукты, мороженое, кондитерские изделия, горячие напитки и вина.

Карта вин – перечень алкогольных напитков и других сопутствующих товаров – предназначена для доведения информации о наименованиях напитков и ценах на них. Кроме того, в карту вин включаются пиво, безалкогольные напитки, табачные и кондитерские изделия. Карта вин включает ассортимент основных групп базовых напитков; смешанных напитков; крепких напитков с классическими основами; крепких напитков с современными компонентами; напитков с экзотическими компонентами; эксклюзивных напитков; коктейлей. Необходимо строго регламентировать напитки и вина разных типов и разного происхождения. Первый признак разделения вин внутри карты – по цвету. Открывать винную карту необходимо белыми винами – такова традиция. Дальнейшее разделение винной карты (внутри групп вин одного цвета) происходит по названиям районов и винодельческих стран. Винная карта отражает информацию, указанную на этикетках бутылок (название вина на языке оригинала, имя производителя, производство, используемый сорт винограда и год урожая). Все вина должны быть сгруппированы по странам-производителям. Вино не обязательно должно быть известным, оно может быть и домашним – тем, что обычно называется *house wine*. Вино, подаваемое в разлив, часто становится популярным и разносит славу о вкусе ресторана. Домашнее вино всегда стоит в карте на первом месте.

В карте вин и напитков важна логика. Карту, как правило, начинают с французских вин, затем располагают аперитивы. Кроме классических аперитивов и вермутов к первой группе относят и крепкие спиртные напитки: водку, виски, текилу и джин, возбуждающие аппетит. Затем следуют дижестивы: бренди, коньяк и ликер. В баре, где коктейли составляют основной предмет спроса, им следует уделить основное место в карте, а остальные напитки и вина поместить в конце. Следует отметить, что такие словосочетания, как *short drink* (шот дринк) и *long drink* (лонг дринк), принадлежат международному языку баров и нигде в мире не переводятся.

Распространенные ошибки при составлении карты вин:

1) неверное деление на разделы:

- не выделены аперитивы и дижестивы;
- вина разных стран и провинций не собраны в отдельные группы;
- вина не разделены по цвету;
- крепкие напитки различных типов не разделены между собой;

2) неверный порядок следования:

- аперитивы следуют за основной группой вин;
- белые вина следуют после красных;
- нарушен алфавитный порядок следования вин из различных районов, мест производства, стран;
- в винной карте отсутствует нумерация вин и напитков;

3) неверный подбор информации о напитках и винах:

- не указано точное название вина по происхождению;
- не указан производитель вина;
- имеются ошибки в тексте и в написании названий вин.

Карта коктейлей начинается с коктейлей-аперитивов, открывающих трапезу и способствующих возбуждению аппетита. Это классические коктейли на основе джина, виски, водки, рома и ароматизированных вин. Затем в карту включают напитки дня, фирменные коктейли ресторана, специальные предложения для дам или «подарок от сомелье». Объявление какого-либо коктейля, например классического «Пина Колада», напитком дня позволяет привлечь к карте интерес гостей. После указанных предложений в карту включают смешанные напитки, затем коктейли-диджестивы, способствующие пищеварению, и горячие смешанные напитки (hot drinks), завершающие трапезу. Карта коктейлей ресторана должна быть напечатана ясно и четко. При ее составлении следует избегать как орфографических, так и смысловых ошибок. Карта должна содержать объемы порций приготовленных коктейлей и их цены. Название напитков, входящих в состав коктейлей, желательно указывать на языке оригинала в соответствии с этикеткой на бутылке, хотя может быть сделан перевод на русский. Карту вин подписывают директор, главный бухгалтер и сомелье.

Требования к оформлению меню и преysкурантов, ассортименту продукции для предприятий питания различных типов и классов представлены в табл. 5 – 6.

Организация *музыкально-развлекательной программы* предприятия питания строится исходя из общей концепции заведения, имеющегося интерьера и технических возможностей торгового зала, где осуществляется приём гостей. Формируя музыкально-развлекательную программу, ресторатор должен решить, какие музыкальные направления и жанры будут представлены. Стилъ заведения определяет музыкальные направления и жанры. Важно здесь учитывать наличие эстрады, как оборудованной сцены, на которой предстоит выступать музыкантам.

Таблица 5

Требования к оформлению меню и прейскурантов, ассортименту продукции в ресторанах и барах классов «люкс», «высший», «первый» и кафе

Наименование требований	Тип и класс предприятия						
	Ресторан класса			Бар класса			Кафе
	«люкс»	«высший»	«первый»	«люкс»	«высший»	«первый»	
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Меню и прейскурант вин (карта вин) с эмблемой (фирменным знаком) предприятия:							
- на русском и национальном языках	+	+	+	+	+	+	+
- на русском и английском или соответствующем специализации предприятия языке	+	+	-	+	+	-	-
- типографским или компьютерным способом	+	+	-	+	+	-	-
- компьютерным способом	-	-	+	-	-	+	+
- обложка из современных материалов, оригинально и художественно оформленная (с товарным знаком)	+	+	-	+	+	-	-
- обложка из современных материалов	-	-	+	-	-	+	+
2 Ассортимент продукции общественного питания и покупных товаров							
2.1 Ассортимент, состоящий преимущественно из оригинальных, изысканных, заказных и фирменных, в т.ч. национальных блюд, изделий и напитков основных групп кулинарной продукции с учетом концепции и специализации предприятия	+	+	-	+	-	-	-

Окончание табл. 5

2.2 Разнообразный ассортимент блюд, изделий и напитков сложного приготовления, в т.ч. фирменных	-	-	+	-	+	+	-
2.3 Разнообразный ассортимент блюд изделий и напитков с учетом специализации предприятия	-	-	-	-	-	-	+
2.4 Ассортимент коктейлей и других смешанных напитков, соков, закусок, сладких блюд, кондитерских изделий, заказные и фирменные горячие блюда в соответствии со специализацией предприятия	-	-	-	+	+	-	-
2.5 Коктейли, напитки, десерты, закуски несложного приготовления, заказные и фирменные напитки, коктейли, горячие блюда в ограниченном ассортименте	-	-	-	-	-	+	-
2.6 Широкий ассортимент кондитерских изделий промышленного производства, фруктов, алкогольных напитков, табачных изделий, безалкогольных напитков	+	+	+	+	+	+	-
2.7 Выполнение особых пожеланий потребителя по изготовлению блюд (коктейлей) на виду у потребителей и их подаче	+	+	-	+	-	-	-

Таблица 6

Требования к оформлению меню и прейскурантов, ассортименту продукции в столовых, закусочных, на предприятиях быстрого обслуживания, в буфетах, кафетериях, кофейнях, магазинах кулинарии

Наименование требований	Тип предприятия						
	Столовая	Закусочная	Предприятие быстрого обслуживания	Буфет	Кафетерий	Кофейня	Магазин кулинарии
1 Меню:							
- на русском языке	+	+	+	+	+	+	-
- компьютерным способом	+	+	+	+	+	+	-
- в виде светового табло	-	-	+	-	-	-	-
- оформление другими способами	-	+	-	+	-	-	-
- ценники	-	+	-	+	-	-	+
2 Ассортимент							
2.1 Разнообразный ассортимент блюд и изделий, покупных товаров, с учетом специфики обслуживаемых контингентов и рационов питания	+	-	-	-	-	-	-
2.2 Реализация фирменных и заказных блюд	-	-	-	-	-	+	-
2.3 Ограниченный (узкий) ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, из полуфабрикатов высокой степени готовности и (или) из определенного вида сырья	-	+	+	+	+	-	-
2.4 Ассортимент кулинарной продукции	-	-	-	-	-	-	+

Для лучшей работы предприятия общественного питания необходимо позаботиться о его *рекламе*. Информационно-рекламные материалы – одно из важнейших средств распространения рекламы. Рестораны, кафе, бары издают красочные брошюры, буклеты, каталоги, открытки и другое, в которых изобразительным и текстовым способом продвигают рекламу об имеющихся возможностях обслуживания потребителей. Выбор информационно-рекламного материала зависит от целей, которые преследуются, финансовых возможностей, фантазии и оригинальности. Самым простым и дешёвым видом рекламных материалов является *рекламный листок*. Он несет чисто рекламную информацию о конкретном товаре или услуге. Рекламный листок отличается броским оформлением, запоминающимся рекламным текстом. Главная задача рекламного листа – броситься в глаза, вызвать желание взять, прочитать. Их выпуск не требует больших полиграфических усилий и производится в кратчайшие сроки.

Буклет – рекламный материал, небольшой по объему, многоцветный, выполненный на хорошей бумаге, с рисунками, фотографиями. Буклет содержит рекламное описание предприятия или конкретной услуги. Обычно буклеты выпускаются предприятиями, достигшими определенных успехов, завоевавшими прочное положение на рынке.

Для того чтобы поддержать количество посетителей, кроме рекламы, расположенной непосредственно в самом здании, предприятию общественного питания следует использовать рекламу в средствах массовой информации, так как именно эта реклама и является самой действенной.

Создание концепции позволяет рассматривать предприятие общественного питания с точки зрения единой *маркетинговой системы*, осуществляющей продажи, где все системы предприятия выполнены в соответствии с единой стратегией, определяемой концепцией.

3.2. Интерьер предприятий питания

Интерьер – это ансамбль, в котором отдельные элементы связаны единым замыслом. Понятие интерьера предприятия питания включает планировочно-технологическое решение помещений, их освещение, цвет стен, пола, потолков, отделочные материалы, декоративное оформление торговых и банкетных залов. С решением интерьеров

должно быть органически связано оформление технологического, торгового и холодильного оборудования в ресторане, стиль мебели, столового белья и посуды.

На решение интерьера оказывает влияние тип предприятия питания, его вместимость, место расположения. Характер интерьера зависит от времени пребывания посетителей в зале, формы их отдыха, чем длительнее пребывание посетителя в зале, тем более комфортабельным должен быть интерьер, тем выше требования к его художественной выразительности и организации внутреннего пространства. Так, в ресторане большой вместимости можно разнообразить приемы размещения мебели, варьировать форму зала. Характер работы предприятия питания и облик интерьера зависят от того, в какой зоне городской застройки оно находится. На предприятиях питания, расположенных в парках, пригородной местности, главное – создание обстановки, благоприятствующей отдыху, контакту с природой.

При выборе того или иного варианта интерьера наибольшие возможности для полноценного отдыха появляются при размещении предприятия в отдельном здании. Меньше возможностей в выборе решения интерьера дает встроенное размещение предприятий питания в жилых домах, гостиницах, административных, производственных и других зданиях.

Торговые залы предприятий питания по характеру композиционно-планировочного решения интерьера можно разделить на три типа: 1) панорамные – объектом наблюдения является окружающий пейзаж; 2) залы, где объектом наблюдения может быть как интерьер, так и внешняя среда; 3) залы, где объектом наблюдения является какая-либо часть интерьера. Роль такого элемента, привлекающего к себе внимание посетителей, может играть эстрада, танцплощадка, фонтан, панно, бар. Бары в торговом зале ресторана или кафе существенно выделяются размерами, формой и масштабом на фоне всего интерьера. Различают бары пристенные, отдельно стоящие и встроенные. Отдельно стоящие бары могут разделять зал на части.

Место для танцев в зале ресторана может быть нейтральным или выполнять активную композиционную роль. В этом случае танцплощадку приподнимают или опускают по отношению к общему уровню пола. Ее также выделяют концентрированным размещением светильников, выразительной формой потолка.

В крупных ресторанах комплексного обслуживания, которые помимо ресторана объединяют ряд более мелких предприятий (кафе,

закусочные, пивные и винные бары, магазины кулинарии и т.д.) интерьеры всех торговых залов связаны единым архитектурным, художественным замыслом.

Архитектура стекла и бетона создала новый тип интерьера предприятия питания со светлыми и просторными помещениями и четкой функциональной дифференциацией. Применение естественных материалов имеет самостоятельное декоративное значение, а элементы оборудования, освещения и декоративного оформления строго отвечают своему функциональному назначению. Конструктивное решение интерьера в определенной степени предопределяет его внутреннее пространство и влияет на его художественный образ. Взамен применяемых ранее сплошных стен используется облегченный каркас с ограждением из стекла, что отразилось как на решении пространственной композиции интерьера, так и на архитектуре всего здания.

Интерьеры обеденных залов стали светлыми, просторными с более широкими возможностями расстановки оборудования и организации технологического процесса. В отделке помещений наряду с традиционными материалами широкое применение получают различные синтетические материалы, которые также заменяют дорогостоящие естественные отделочные материалы. Практика показала, что из тщательно выбранных недорогих традиционных и искусственных материалов можно создать интерьеры предприятий питания, отвечающие современным эстетическим и функциональным требованиям.

В пространственной композиции интерьеров постепенно появляются сочетания современной архитектуры со стилизованными мотивами народного зодчества или декоративно-прикладного искусства прошлого, желание сохранить традиции, быт и национальный характер декора. Во многих странах мира имеется традиция не изменять первоначальный облик интерьера ресторана или кафе со дня его основания, чтобы можно было окунуться в атмосферу периода каких-либо известных событий, связанных с этим предприятием, где сохраняют отделку помещений, оборудование, посуду и даже форму официантов, что создает определенный дух и настроение. Все это вызвано желанием привлечь посетителей, создать им условия, к которым они привыкли и в которых могут чувствовать себя удобно и непринужденно.

Интерьеры ресторанов, кафе, баров имеют свои индивидуальные особенности. Началом послужило включение в современный интерьер

ер предприятий питания городов элементов декоративно-прикладного искусства и быта прошлого и настоящего. Появление такой стилизации следует отнести к желанию создать в интерьере атмосферу, которая была бы полным контрастом повседневной обстановке, помогла посетителю отдохнуть от напряженной городской жизни, утомительного путешествия или освободиться от каких-либо других перегрузок. Интерьеры предприятия питания в сельской местности, напротив, должны соответствовать требованиям современного комфорта, близкого к городскому.

Предприятия «занимательного» питания размещаются в старых зданиях или сооружениях, замках, кавказских саклях, пещерах и т.д. Если такие предприятия размещаются в памятниках архитектуры и истории, то здесь решаются две задачи: с одной стороны – сохранить их как музейную ценность, с другой стороны – организовать место отдыха и питания для посетителей. В решении интерьеров таких предприятий следует сохранить существующую внутреннюю архитектуру той эпохи, памятником которой они являются, и в то же время – обеспечить современный уровень обслуживания.

По-разному подходят к созданию такой среды архитекторы и художники, используя различные эффективные способы эмоционального воздействия, и в первую очередь, природу. Там, где появляется малейшая возможность приблизиться к природе – воде, лесу, горам, возникают рестораны, кафе, бары с романтическими названиями. Такие сооружения носят аттракционный характер, привлекая посетителей своей затейливостью, неожиданностью и необыкновенным эмоциональным воздействием, как своим внешним видом, так и внутренней обстановкой.

В отличие от торговых помещений предприятий питания интерьеры производственных помещений более унитарны, что, однако, не снижает предъявляемых требований к их архитектурно-художественной выразительности, как важному фактору психологического воздействия на работников, на их производительность труда. Интерьеры производственных помещений решаются с учетом прогрессивных архитектурных приемов и гигиенических требований. В производственных помещениях все виды инженерного оборудования играют активную роль в композиции интерьеров, способствуют созданию единства архитектурно-художественного замысла.

Основными критериями при выборе средств декоративно-художественного решения интерьера можно считать следующее: архитектурно-художественная тема интерьера, его общий замысел; тип предприятия, особенности обслуживаемого контингента посетителей.

Когда человек находится в ресторане в течение нескольких часов, то он может внимательно рассмотреть панно или декоративную посуду. Например, панно в кафетерии должно быть понято с первого взгляда, а сюжет панно в зале ресторана должен постигаться постепенно. Если посетитель будет находить в нем по мере наблюдения все новые и новые детали, то интерес к панно будет длительным. Тонкие нюансные цветовые и фактурные отношения сделают панно труднее осваиваемым. Представляется целесообразным ориентироваться не на применение постоянного дорогостоящего декора (мозаичные панно или отделка стены ценными породами дерева), а на украшения, которые легко можно было бы заменить: декоративные ткани, декоративную посуду, крупноформатные фотографии и т.д.

Украшая зал, важно соблюсти меру, не «переборщить», не перегрузить его декоративными деталями, вследствие чего он станет пестрым, беспокойным. Если в зале нет украшений, это не означает, что интерьер его не интересен. Декоративные функции могут нести и мебель, и светильники, и шторы, и раздвижные перегородки, фактура стен.

К ошибкам, которые допускаются при оформлении интерьера, следует отнести соседство панно, декоративно-прикладных изделий с техническим оборудованием помещения и торгово-технологическим оборудованием. Например, в национальном ресторане рядом с крестьянскими лавками, прялкой, конской сбруей (которые придают залу своеобразный колорит старины), можно увидеть радиатор отопления, вентилятор, электрический выключатель, которые подрывают доверие посетителя к обстановке, делают ее нелепой.

Требуем вкуса и художественной культуры взаимное размещение элементов убранства. Соседство двух произведений искусства разной степени броскости заставляет поблекнуть произведение, решенное в мягкой манере. Так, соседство яркого и броского витража и скромной чеканки или черно-белого фотопанно делают чеканку и фотопанно невыразительными, невзрачными.

Изделия декоративно-прикладного искусства: посуда, одежда, изделия из тканых материалов, предметы домашнего обихода, декоративные вазы, настенные тарелки играют значимую роль в организа-

ции интерьера. В ресторанах декоративно-прикладные изделия применяются как по их унитарному назначению, так и в качестве украшения. В первую группу входят: драпировочные ткани, ковры, мебель в народном стиле, фирменная посуда, посуда для цветов, светильники ремесленного производства, подсвечники, одежда официантов, сшитая в стиле народных традиций или в стиле определенной исторической эпохи. Ко второй группе могут быть отнесены, такие предметы, украшения как вазы, кувшины, тарелки, оружие, игрушки, шкуры животных и их чучела, старинная одежда.

При организации интерьера широко применяются ткани. Они защищают обедающих от взглядов прохожих, от избытка солнечного света, способствуют уменьшению шума благодаря высокому звукопоглощению. Значение тканей возрастает в связи с необходимостью индивидуализации интерьеров предприятий, смягчения строгих форм и линий архитектуры. В залах ресторанов ткани применяют в виде штор и гардин на окнах, портьер на дверях, ковров настенных и напольных, ковровых покрытий пола, обивки стульев, кресел, диванов, а также в виде скатертей и салфеток. Для обивки мебели должны применяться цвета сочные, насыщенные. В больших залах, расчлененных на несколько зон, можно устанавливать кресла разных цветов и форм.

Выбор цвета штор и портьер не ограничивается. Обычно отдается предпочтение тканям светлых тонов, мягко контрастирующих со стенами. В помещениях, где посетитель находится недолго (в вестибюле, аванзале), этот контраст может быть более ощутимым. Если окна выходят на юг или запад, цвет штор не ограничивается, они могут иметь и теплый, и холодный оттенок. При северной и восточной ориентации следует отдавать предпочтения тканям с преобладанием теплых тонов. Рекомендуются менять шторы от времени года. Для лета – более интенсивной окраски, т.к. солнце разбеливает цвет, обесцвечивает материал. Надо избегать холодных тонов в недостаточно освещенных помещениях, т.к. они будут казаться мрачными. Не следует применять ворсовые и буклированные ткани, т.к. они поглощают много света и излишне затемняют помещения.

Драпировочная ткань может выступать основным элементом в композиции зала, дополнять основную тему интерьера или быть нейтральной. Ткань определяет облик зала, развивает тему названия кафе или ресторана. К числу нейтральных штор относятся шторы одноцветные, тюлевые гардины.

Важную роль в решении интерьера играют панно. Художественно обогащая интерьер, панно конкретизирует его облик. Современное панно отличается большая композиционная свобода. Оно не имеет обрамлений и нередко скомпоновано из разномасштабных элементов. Панно охватывает весь интерьер. Допустимы самые разнообразные сочетания материалов: из металлической ленты и пластикового шнура; панно, выполненные посредством выжигания по дереву или древесностружечной плите, путем травления по стеклу, чеканка и стеклобетон, резьба по гипсу и теснение по коже. В качестве сюжетов панно в ресторане подходят пейзажи: городской сельский, горный, морской, лесной. Могут быть использованы исторические сюжеты, сценки из народного быта, натюрморт, изображения праздника и т.д.

Для панно надо выбирать наиболее выигрышные, хорошо обозреваемые участки зала. Нежелательно располагать панно на стене с окном. Будучи самой яркой деталью на стене, окно сделает панно незаметным, невыразительным. Неприемлемо также соседство панно с дверями. В этом случае дверь лучше маскировать декоративным экраном.

В больших залах может быть несколько панно. Часто одному из них отводится главная роль в зале, остальные панно развивают тему основного. В ресторанах панно нередко размещают у танцплощадки, эффектно образуя композиционный центр зала. В этом случае надо иметь ввиду следующее: панно не должно быть слишком ярким, насыщенным, т.к. во время концертного представления будет мешать зрителю. В свою очередь, надо размещать панно так, чтобы оркестр не закрывал его. Так, если использовать броские тона в зале небольших размеров, то тем самым будет подчеркнуто, усилено впечатление замкнутости.

Получили распространение бессюжетные панно, красота которых основана на выявлении эстетических качеств применяемых материалов. Особую выразительность приобретает панно с подсветкой искусственным или естественным светом (витраж).

Включение интересного, самобытного окружающего пейзажа в поле восприятия клиента предприятия питания является одним из самых эффективных средств создания неповторимого интерьера. Объектами наблюдения могут быть: панорама города; фрагмент городского пейзажа, имеющий историческую и художественную ценность; парадные фрагменты улиц, площадей, набережных; природные пейзажи: горы, море, река, лес.

Когда ресторан приходится строить в уже сложившейся застройке, нередко прибегают к устройству внутренних двориков. Водоем, валуны, растения, собранные в живописную композицию, прекрасны в любое время года.

Нежелательно раскрывать из окон зала индустриальный пейзаж. Когда невозможно исключить промышленные объекты из поля зрения, то не следует выполнять вертикальные ограждения здания в виде стеклянной стены. Шторы надо выбирать непрозрачные. Зеленые насаждения должны быть плотными и густыми.

Цвет – это средство создания композиции интерьера, а основными цветовыми носителями являются архитектурные поверхности: стены, пол, потолок. Окраска предметов и элементов оборудования (дополнительные носители цвета) решается в цветовой гармонии по отношению к основным цветам.

Плоскости, ограждающие внутреннее пространство, попадают в поле зрения человека одновременно: сначала – стены, которые наблюдаются постоянно, затем внимание привлекает пол и в последнюю очередь потолок. Стены могут быть однотонными, но создать однотонный интерьер сложно, так как в условиях естественной освещенности стены освещаются неодинаково. С помощью цвета можно выделить одну стену, сделав ее главной в композиции. Расположением цвета на стене можно корректировать пропорции помещения (расширить его или сузить), а также разделить помещение на горизонтальные и вертикальные уровни.

Цвет стен влияет на выбор цвета пола. Пол, одинаковый по яркости со стенами, создает впечатление единства внутреннего пространства. Если стены решены по цвету однотонно, то пол может быть орнаментированным. При этом мелкий орнамент создает впечатление однотонности рисунка и его цельности, а крупный – иллюзию расширения площади пола.

Выбор цвета потолка определяется нормами освещенности помещения. Если необходимы высокие уровни освещенности, то рекомендуется белая окраска потолка, так как потолок является не только ограждающей, но и основной отражающей поверхностью. Потолок может решаться в цвете стен или контрастно по отношению к ним. Одним цветом может быть решен потолок и часть примыкающей к потолку стены.

Для восприятия пространства имеет значение местоположение господствующего цвета на архитектурной поверхности: наверху или внизу, на горизонтальных или вертикальных поверхностях.

Цвет является характеристикой материальной основы архитектурной среды. Цвет одних материалов является их природным качеством и может использоваться в композиции интерьера в чистом виде, для других цвет придается различными способами отделки или покраской.

Характеристика основных цветов, используемых для организации интерьера на предприятиях общественного питания:

1. Красный цвет не только уменьшает пространство, но и поглощает, подавляет многие другие краски. Из всех других цветов он – самый неотделимый от поверхности, поэтому использовать его надо очень осторожно, небольшими цветовыми пятнами в оформлении вестибюлей, кухонь, коридоров;

2. Зеленый и голубой цвета действуют на человека благотворно, способствуют успокоению нервной системы, увеличивают работоспособность, не утомляют зрение, повышают слуховую чувствительность, дают ощущение свежести и влажности. Лучше всего, когда зеленый сочетается с деревом, а особенно – с живыми пейзажами;

3. Синий цвет – с одной стороны, этот цвет символизирует природу, небо, море, безоблачные летние вечера, поэтому хороши для отдыха; с другой стороны, синий – холодный цвет, дающий психологическую и визуальную отстраненность, раздвигающий архитектурное пространство. Он подходит для зала или вестибюля с большими окнами и хорошим видом из них;

4. Желтый цвет – цвет хорошего настроения, также способен успокоить нервную систему. Желтый цвет – льющийся, никогда не прикрепленный к поверхности. Лимонно-желтый, теплый абрикосовый, почти шафрановый – эти цвета хорошо смотрятся там, где нет солнца.

Одно из главных свойств цвета – активность интенсивных, в особенности теплых тонов, и пассивность малонасыщенных и холодных. Чем светлее цвет стен, тем просторнее кажется комната, тем легче в ней дышится, тем лучше посетитель предприятия общественного питания себя чувствует в ней, следовательно, тем дольше ему хочется там находиться. Особенно это ощущается при окраске поверхностей светлыми холодными тонами: нежно – голубыми, голубовато-зеленоватыми и т.п. Стены, окрашенные в такие цвета, как бы отступают.

Таким образом, с помощью цвета можно исправить пропорции помещения, зрительно увеличить объем. Теплые тона – красные,

оранжевые, желтые – обладают свойством как бы приближать окрашенные поверхности. При помощи цвета можно также зрительно уменьшить или увеличить высоту помещений. Если в небольшом по площади, но высоком зале обслуживания потолок окрасить в теплый цвет, а стены в холодный, зал будет казаться ниже и просторнее.

Низкий зал с потолком, окрашенным в светлых холодных тонах, зрительно кажется более высоким. Если помещение очень вытянуто в длину, дальнюю стену нужно окрасить несколько более интенсивно. Таким образом можно стену «приблизить», и помещение утратит впечатление вытянутости. Небольшие по размеру комнаты лучше окрашивать в светлые пастельные тона, тогда она будет казаться просторнее.

При высоте 2,5 – 2,7 м стены следует окрашивать или оклеивать на всю высоту, оставляя сверху узкую полосу в 2 – 3 см цвета потолка для того, чтобы сгладить его неровности. В данном случае членение стен по горизонтали нежелательно, так как это зрительно снижает высоту помещения. При высоте 3,0 м и более окраску или оклейку рекомендуется начинать на 40 – 60 см от потолка.

При выборе цвета для отделки помещений следует также учитывать их назначение по сторонам света.

Потолки чаще всего окрашивают в белый цвет, усиливающий цвет стен. Если окна комнаты ориентированы на юг, юго-восток или юго-запад, потолки хорошо слегка подсинить, что усилит их белизну. При ориентации помещений на северо-восток и северо-запад этого не следует делать.

Для окраски дверей рекомендуется несколько вариантов. Полотно двери и наличники можно окрасить в белый цвет или в тот же цвет, что и стены. Если для стен выбран светлый цвет, двери лучше окрасить тем же, но более насыщенным цветом.

Очень часто деревянные дощатые полы по сложившейся традиции окрашивают в довольно мрачный темно-коричневый цвет. Лучше красить пол в светло-коричневый, светло-серый, желтый цвета.

Рестораны, кафе, бары – специфические объекты для художников-оформителей. Будучи местами массового отдыха, они одновременно выполняют вполне конкретную функцию «пунктов приема пищи». Именно поэтому при проектировании оформления предприятий питания необходимо учитывать научные данные о физиологическом влиянии на человека света и цвета (табл. 7.).

Таблица 7

Характер психофизиологического влияния цвета на человека

Цвет	Вызываемое ощущение								
	Возбуждение	Угнетение	Успокоение	Тепло	Прохлада	Легкость	Тяжесть	Удаление	Приближение
Белый						X			
Светло-серый						X			
Темно-серый		X					X		
Черный		X					X		
Красный	X			X			X		X
Оранжевый	X			X					X
Желтый	X			X		X			X
Зеленый			X		X			X	
Голубой			X		X	X		X	
Синий					X			X	
Фиолетовый					X			X	

Так, опыты с освещением в ресторане показали, что во время еды уравновешенный белый свет действует на человека немного благоприятнее цветного. Включение же после еды оранжевого света вызывает приятное ощущение и даже легкую эйфорию.

По влиянию на общий характер жизнедеятельности организма цвета принято делить на возбуждающие или теплые (красный, коричневый, оранжевый), нейтральные (желтый, зеленый, серый) и успокаивающие или холодные (синий, фиолетовый).

Теплые тона стимулируют физические усилия, в том числе процесс пищеварения, создают ощущение уюта, ассоциируясь с солнечным светом, огнем домашнего очага. Холодные же расслабляют и снижают мышечный тонус.

3.3. Стили предприятий питания

В настоящее время существует множество *стилей*, используемых при оформлении интерьеров залов предприятий общественного питания.

Ампир (франц. *empire* – империя) – стиль, для которого характерны парадное величие архитектуры и интерьеров, пилястры (плоский вертикальный выступ на поверхности стены), анфилады (помещения, соединенные дверями, расположенными на одной оси) и залы, украшенные мрамором, бронзой, зеркалами, живописными панно, позолоченной лепкой и резьбой. Мебель (красное дерево, карельская береза, ясень и др.) имеет правильные, симметричные формы, украшена резьбой. Строгость форм мебели подчеркивают резные пальметки (стилизованный веерообразный лист) и другие античные мотивы. Ножки и подлокотники кресел выполнены в виде фигур фантастических животных. В посуде, канделябрах из серебра имеют место спокойные прямые формы с гладкими поверхностями, контрастирующими с гравировкой.

Различают два вида стиля ампир: европейский и русский.

Европейский – более пышный: много золота, лепнины, колонн, капителей (верхняя часть колонны украшается орнаментами), зеркал, роспись на стенах и потолке, тяжелые драпировки на окнах, мебель антикварная или современная под ампир.

Русский ампир – менее пышный, более спокойный, лиричный. Колонны не такие помпезные, их можно только обозначить. Более изящная лепнина на потолках, стенах; хрустальные люстры. Драпировки приглушенных тонов. Много белого или теплого розового цвета. Большие окна и множество зеркал. В интерьере преобладает легкость, комфортность. Возможно наличие в залах каминов, декорированных бронзовыми драконами по углам и лепными скульптурными группами. Узорчатый дубовый паркет застелен ковром, гармонирующим с обивкой стульев с высокими спинками, скатертями и салфетками нежных пастельных тонов. Празднично смотрятся белые накрахмаленные верхние скатерти. Посуда – современная, но по желанию потребителей может быть использована глиняная.

Античность – гармоничная и целостная архитектура, впоследствии воспринимаемая более поздними стилями как первоисточник, как некий эталон для подражания.

Барокко – стилевое направление, которому свойственны контрастность, напряженность, динамичность образов, стремление к величю и пышности, совмещению реальности и иллюзии.

Классический стиль органично сочетается с элементами ампира: предметы из позолоченной бронзы, зеркала в рамах, вазы в виде гре-

ческих амфор. Все эти украшения смягчают строгость классического интерьера. Предельная функциональность сочетается с холодным великолепием убранства.

Рококо – стилевое направление, для которого характерны изысканность, театрализация, комфорт, уход в мир фантазии и мифических сюжетов. В зале, оформленном в классическом стиле с элементами рококо, можно использовать столы причудливой формы, посуду, декорированную под старинный сервский фарфор, скатерти и салфетки с вышивкой ришелье. Столешница украшается изящными букетами.

Готический стиль – этот стиль применим для концептуальных ресторанов, стилизованных под готическое подземелье, средневековый замок или собор. В таких ресторанах главный архитектурный элемент – гигантские каменные ребра, которые выступают из стен готического собора и тем создают противовес давящим на стены сводам. В ресторане предлагают блюда, приготовленные на открытом огне. Для готического интерьера характерны строгая цветовая гамма, лаконичные формы мебели: прямоугольные столы, стулья с высокими спинками. Красоту убранства подчеркивают средневековые каминны, посуда и столовые приборы из металла. Поверхность стола может быть мраморной или из другого натурального камня, в этом случае скатерти не нужны.

Модерн – для него характерны новые технико-конструктивные решения: планировка, пастельные тона, сочетание зеленых и фиолетовых оттенков, лаконизм, абстрактные линии, включение нетрадиционного материала. Плавные и мягкие линии декоративных элементов имеют предпочтение перед конструктивными.

Стиль хай-тек (от англ. *high technology* – высокая технология). Элегантность этому молодежному стилю оформления залов придает использование современных материалов: пластика и металла. Выполненные из стеклопластика, меланина или ламинированные столешницы не требуют скатертей, поэтому этот стиль предполагает использование тканевых или бумажных салфеток, которые подбирают по цветовому решению интерьера. Завершает убранство стола посуда из высококачественного пластика, высокопрочного прозрачного или цветного стекла, сервировочные тарелки и столовые приборы из металла. Стиль хай-тек требует правильного освещения. При использовании яркого освещения цветовое решение интерьера следует строить

на контрастах, например черное и белое. Стиль хай-тек хорошо использовать при проведении национального праздника, презентации национального блюда.

Восточный стиль характеризуется четкостью линий, простотой исполнения, высокой одухотворенностью, а также чувством изящного, склонностью наслаждаться красотой. Чтобы придать кафе или ресторану восточный колорит, столы сервируют медной или серебряной посудой, которую традиционно использовали восточные народы на, торжественных трапезах.

Кантри – современное направление, характеризующееся деревенской стилизацией, простотой решения интерьера. Стиль кантри отличает грубоватая добротность натуральных материалов: глины, дерева, изделий из лозы. Внутренняя отделка стен твердыми породами дерева (дубом, буком), деревянные столы, стулья, перегородки отражают идею создания предприятий общественного питания в народных традициях. Стиль кантри используют для оформления пивных баров, клубов, кабачков и загородных ресторанов. Для сервировки стола применяют посуду из толстого цветного стекла, керамики или фаянса

Неорусский стиль в интерьере предусматривает воспроизведение русской старины.

Конструктивизм – стиль максимальной функциональности и минимального декора. Основа художественного образа – не композиция, а конструкция.

Арт-декор – стиль, формирующий жизнеукрашающий образ. Он обладает качествами очень прямой выразительности.

Консерватизм – отражает спокойствие, стабильность и надежность, соблюдение традиций. Интерьер в этом стиле солидный и респектабельный.

Романтизм – стиль вне времени, для которого свойственны фольклорные формы декора, ностальгия, сдержанность, уют и спокойствие.

Поп-арт – стиль для энергичных людей. Яркий, экспрессивный, контрастный стиль. В ранг произведения искусства возведены обычные предметы и изображения из окружающего мира.

Минимализм – подходит для радикалов. Включает в себя только самое необходимое. Поиск идеальных пропорций, новых цветовых гамм.

Неоклассика (неоклассицизм) – минимализм плюс классика в тех пропорциях, которые Вы для себя выбираете. Современная классическая форма упрощена и схематизирована, более рациональна.

Постмодернизм – стиль, претендующий на замену модернизма.

Брутализм – стиль нарочитой грубости и показного несовершенства, ему свойственны резкие формы, грубые фактуры.

Китч – стиль неординарных, опровергающих авторитеты личностей. Природа китча заключается в переосмыслении уже сложившихся классических образов.

Новая волна – более художественный и интеллектуальный стиль, часто национальный, менее коммерческий и принципиально отличный от преобладавших ранее направлений.

Эклектика – стиль для уверенных в себе, смелых и неординарных личностей. Эклектика – это мирное сосуществование и взаимодополнение разнообразных стилей и направлений.

Этнический стиль – сочетание определенного декора, мебели, материалов, цветов, характерных для интерьера жилища той или иной страны или региона.

Японский стиль – сдержанный дизайн, строгие лаконичные формы, мебель невысокая и прямолинейная, цветовая гамма светлая, мебель из ценных пород древесины.

Африканский стиль – самый экзотический среди этностилей. Обилие самобытных элементов искусства – скульптуры, масок, фонариков. Мебель плетеная или с резьбой.

Средиземноморский стиль – поражает своей яркостью, обилием солнца, растительности и морской темы. Присутствует некоторая грубоватость, своеобразие ручной отделки.

Скандинавский стиль – очень прост и естественен. Для него характерна самобытность, использование натуральных тканей; декорирования почти нет.

Французский стиль (или прованс) отличается своей изысканностью, сочетает в себе шарм и комфорт, нарядное, контрастное сочетание цветов.

Немецкий стиль – для прагматичных людей. Все выглядит практично и надежно, без декоративных особенностей.

Нью-йоркский стиль – это «верхние апартаменты» со стенами-окнами, через которые видна панорама города.

Манга – подойдет для кафе, ориентированных на подростка, особенно, если он любитель аниме. Комбинирование анимационных элементов с чертами английского или скандинавского интерьеров.

Техно – стиль, сочетающий в себе все возможности современных технологий.

3.4. Необычные концептуальные рестораны мира

Концептуальным называется ресторан, в котором интерьер оформлен в национальном или экзотическом стиле, а в меню возможно смешение кухонь и стилей. Идея концептуального ресторана включает выбор предпринимателем определенной темы, в соответствии с которой разрабатывается меню, оформляется интерьер, выбираются поставщики оборудования, посуды, приборов, продуктов, напитков. В качестве темы может быть использован кинематографический, исторический, литературный или другой сюжет, легенда. Избранная тема предусматривает создание ресторана-кабаре, трактира или клуба.

В *ресторан-кабаре* гости приходят не только вкусно поесть, насладиться великолепным вином, но и получить удовольствие от предложенной развлекательной программы. В таком ресторане гости вовлекаются в организацию театрализованного представления или карнавала и становятся не зрителями, а участниками определенной игры.

Например, прототипом проекта ресторана «Испанский уголок» в Москве является средневековая испанская таверна, экзотическая обстановка которой последовательно отражена в декоре, одежде официантов и общей атмосфере предприятия. Кухня в основном ориентирована на блюда из рыбы и морепродуктов. Весной, когда в Испании проводится фестиваль «Коста-Брава», в ресторане «Испанский уголок» гости сами выбирают понравившиеся морепродукты – от каракатицы до красной королевской креветки, а затем шеф-повар готовит их на гриле.

Ресторан «Ле Шале» в Москве также ориентирован на экзотику. Интерьер напоминает обстановку горной швейцарской хижины. В отличие от ресторана «Испанский уголок», где атмосфера рассчитана на общение людей среднего класса, в элитном ресторане «Ле Шале» господствуют французская и швейцарская кухни. Специально

обученные официанты готовят эксклюзивные блюда прямо у столов посетителей.

В ресторанах «Елки-палки» и трактире «Печки-лавочки» интерьеры залов и униформа персонала выполнены в русском стиле. Меню включает блюда русской кухни. В залах имеются салат-бары, стоимость которых заранее определена. Гость подходит к салат-бару один раз и берет любые понравившиеся ему закуски. В ресторане «Елки-палки» салат-бар выполнен в виде телеги.

В *трактире* «Печки-лавочки» салат-бар называется «Угощение Бабы-Яги». Все работники трактира играют роли героев русских сказок. Например, кассир сидит в избушке на курьих ножках с надписью «Казна». Зал на 62 места стилизован под крестьянский двор. По выходным дням шведский стол накрывают специально для детей, чтобы они, играя, могли подбегать к столу и брать понравившиеся блюда. В эти дни на улице гостей встречают скоморохи. В зале с детьми занимаются организаторы детских игр, чтобы взрослые могли спокойно провести время. В трактире выступают фольклорные ансамбли.

При создании в Москве ресторана «Тамерлан», названного в честь полководца Тамерлана, использована поэтическая легенда, которую легко найти в начале меню этого ресторана. Легенда гласит о том, что в давние времена Тимур и его воины, вернувшись с бранных полей, отдавали свои щиты женщинам, которые разжигали под ними огонь и прямо на «сверкающих, подобно солнцу», поверхностях готовили ужин победителям. Щит, таким образом, становился одновременно своеобразным грилем и пиршественным столом.

В ресторане «Тамерлан» гости подходят к прилавку, на котором разложены овощи, мясо, соусы, приправы, масло. Двигаясь вдоль прилавка, гость наполняет тарелку продуктами с учетом выбранной им рецептуры блюда или руководствуясь собственной фантазией. Как только гость посчитает, что набрал достаточно ингредиентов для удачного блюда, тарелка с набором продуктов поступает в руки повара, который начинает готовить блюдо в зале на раскаленном щите-гриле с помощью двух деревянных палок. Гость увлеченно наблюдает за приготовлением рыбы Принцесса Джа-ратай, Шираканского гуся, баранины Шагайте или другого восточного блюда. В ресторане установлена определенная цена за неограниченное число подходов к столу (за исключением напитков). Кроме гриль-коктейлей, гости получают право на фирменный салат из баклажанов, сладкого картофеля и печеного помидора, а также на фирменный хлеб и сыр чиз-чура.

Кинематографическая идея создания концептуального ресторана «Белое солнце пустыни» повторяет сюжет одноименного фильма. У входа в ресторан гостей приветливо встречает швейцар, одетый в униформу красноармейца времен Гражданской войны. В зале ресторана гостям оказывают внимание «жены Абдулы» (гостеприимные официантки в восточных костюмах и тюбетейках). Стены бара украшены коврами ручной работы, старинными музыкальными инструментами. Другие уголки зала оформлены в соответствии с фрагментами кинофильма. Сидя у ситцевой занавески «в уголке Верещагина», гости могут любоваться декоративным морским пейзажем. В другом уголке зала ресторана под белым солнцем у черной цистерны резервуара гостей встречают красноармеец Федор Сухов и Абдула. Рядом старцы, безмолвно сидящие возле ящика с динамитом. Все персонажи фильма – великолепно выполненные манекены. Меню ресторана включает блюда узбекской кухни. Украшением зала является достархан (шведский стол с национальными холодными закусками, пловом). Отдельно гостям предлагают шведский стол с восточными сладостями в сочетании с узбекской чайной церемонией. Дети в возрасте до 10 лет могут попробовать сладости в ресторане бесплатно. Меню предлагаемых гостям блюд отличается оригинальностью, например:

- узбекский лагман – дело тонкое, Петруха.
- шашлык из мяса молодого барашка, которого пригнал Саид с ручья.
- кайма-шашлык, он же люля-кебаб, он же любимое блюдо красноармейца Сухова.
- сочный чебурек – подарок от разлюбезной Екатерины Матвеевны и др.

В *ресторане-клубе* гостей ожидают не только первоклассная кухня и вина, но и общение по интересам. Предусматривается система членских карточек определенного срока действия, которые дают право бесплатного входа и приглашения одного гостя, а также преимущество в заказе стола.

В крупных городах концептуальный ресторан, сохранив свою тематическую направленность, был преобразован в *развлекательный комплекс*, объединяющий ресторан, бар, кафе, ночной клуб, казино, дискотеку. Средствами привлечения потребителей в развлекательный комплекс являются шоу-программы, клубные карты, зал VIP, приглашение артистов эстрады, охраняемая автостоянка и др.

В мире насчитывается множество разнообразных ресторанов, баров, кафе. С целью привлечения клиентов разрабатываются и воплощаются в жизнь оригинальные идеи обслуживания и организации процесса потребления пищи. Рестораторы всего мира, обращающие основное внимание на вкус блюд сегодня пытаются «пробудить» в потребителе весь арсенал данных ему природой чувств и эмоций: слух, зрение, осязание, а также страх, чувство юмора. Это создает немыслимые, фантастические концепции создания ресторанов.

Так в Южной Корее существует «кочующий» ресторан-театр. Virtuозы циркового искусства, разъезжая по всему свету, устраивают шоу, жонглируют всевозможным поварским инвентарем и продуктами. Суть действия в том, что труппа готовит корейские блюда, угощая ими своих зрителей. То есть актеры данного театра являются мастерами в двух ипостасях: поварской и артистической.

Очередным ноу-хау в области обслуживания на предприятиях общественного питания является Нью-йоркский ресторан, где можно «доспать» со своим любимым блюдом. В данном ресторане вместо столов и стульев предлагают своим посетителям «завтрак-обед-ужин» прямо в постели. Посетителям не нужно думать о том, кто уберет крошки и стирает простыни, на которые пролито кофе: заведение гарантирует стерильность каждому новому посетителю.

В столице Голландии Амстердаме, существует ресторан «Kinderkookkafe», где обслуживающим персоналом являются исключительно дети. Причем они не только обслуживают столики, но и готовят пищу. В некоторых заведениях работают карлики, глухонемые, «трудные» подростки, бездомные, люди с психическими расстройствами. Так на Филиппинах создан Дом Хоббитов по трилогии Толкиена «Властелин колец». Весь обслуживающий персонал в этом баре – дружелюбные, милые карлики. В этом темном, задымленном табачным дымом местечке посетителям предоставляется возможность отведать 100 различных сортов пива и насладиться великолепной живой музыкой. Это место появилось в городе Манила (столица Филиппин) 35 лет назад. Его основателем стал бывший доброволец корпуса мира, который родился карликом. Он спас многих таких же, как он, от нищеты и преследований и дал им возможность честно зарабатывать. Он определил для них новое место в обществе, где теперь им не приходилось скрываться. Здесь они стали достойными и уважаемыми бизнесменами. Весь персонал в баре – добродушные весельчаки. Здесь можно

увидеть самого маленького в мире подражателя Элвису, хобби-тов-жонглеров, маленьких комиков, танцоров, «глотателей» огня и певцов.

Так же существуют рестораны, в которых можно отобедать в полной темноте. Ресторан под названием O'Noir в Монреале предлагает всем и видящим, и лишенным зрения отобедать во тьме, пользуясь услугами незрячих официантов.

В Брюсселе существует ресторан «Dinner in the Sky» (обед в небе). Обед сопровождает живая музыка пианиста, который вместе с посетителями поднимается в небо на платформе при помощи подъемного крана.

В Южной Африке существует бар «Баобаб». В пустом 23 метровом дереве гостям можно скрыться не только от жары, но и посидеть в баре на деревянных скамейках и поиграть в дартс. В стволе, примерно 50 метров шириной, может поместиться более 40 человек. К тому же здесь даже есть погреб с естественной вентиляцией, где можно хранить пиво охлажденным. В Токио (Япония) имеется ресторан с тюремным интерьером, где стулья привинчены к полу, а пища гостям подается в шленках. В Швейцарии в городе Грюйер существует музей-бар скелетов он был построен по проекту швейцарского дизайнера Ганса Руди Гигера, который создал образы монстров, «пожирающих» людей, к оскороносному фильму «Чужие». Этот бар нагнетает на посетителей ужас. Ведь там царит жуткая атмосфера, так как повсеместно присутствуют в декоре скелеты из костей, начиная от стен и стульев, заканчивая вазами для цветов.

Наступает время, когда ресторации станут не просто местом, где можно перекусить на скорую руку, не просто заведением, где может отдохнуть и провести деловые переговоры или просто пообщаться с друзьями в тихой мирной обстановке. Грядет период, когда человек сможет выбрать ресторан, который подходит ему по характеру и темпераменту, сообразуется с его жизненными воззрениями и позиционированием себя в жизни.

Ресторану-общепиту, приходит на смену ресторан-философия, ресторан-кредо, ресторан-искусство, ресторан-ужас.

Некоторые заведения проводят в своих стенах всевозможные соревнования, суть которых съесть или выпить как можно больше и быстрее. Так в США существует «Ресторан для рекордсменов». Идея этого ресторана в том, что человек, который съест за час 2 килограмма стэйка с гарниром, может не оплачивать счет.

Какие только трюки не придумывают рестораторы, чтобы выделиться из огромной массы конкурентов и привлечь клиентов и прессу. Посетители, в свою очередь, не прочь попробовать что-нибудь необычное, что нельзя купить в магазине или организовать дома. Даже месторасположение, меню, обслуживающий персонал ресторана может быть уникальным.

Уставший от повседневной обыденности человек с радостью соглашается получить опыт, о возможности которого он раньше даже не задумывался. Правда, не всегда его ждут положительные эмоции, а вот хорошая встряска – гарантирована.

Так рестораны с больничной, постельной, тюремной, туалетной и другими тематиками пользуются популярностью во всем мире и привлекают туристов.

В Китае распространены рестораны в стиле туалетных комнат. Клиенты сидят на стульях, имитирующих унитазы, а пища подается в мини-биде, унитазах и горшках. Вместо салфеток используется туалетная бумага. Звуковое оформление соответствует теме.

В Сингапуре работает ресторан, изнутри напоминающий госпиталь, помещения выполнены в форме таблеток. Гости ресторана сидят в золотых инвалидных креслах, а пища подается на операционных столах в этом ресторане можно отведать коктейли из пробирок и капельниц. Столовые приборы – хирургические инструменты, тарелки – в форме почек, а в меню есть медицинский спирт. Обслуживающий персонал одет в форму медсестер. Даже танцевальная площадка ресторана выполнена в форме капсулы.

Похожую тематику имеет гриль-бар «Сердечный приступ» (Heart Attack) в США. Все блюда в меню имеют названия соответствующие тематике «Двойной шунт».

В Нью-Йорке существует кафе, позволяющее посетителям вдоволь наблюдать за другими гостями. В кафе установлены 60 видеокамер, следящих за всем, что происходит в стенах заведения. На каждом столике установлен своеобразный пульт управления, позволяющий посетителям выбирать ракурс и управлять движением камер. Основные принципы системы – обоюдность, двунаправленность, согласованность. Картинка с камер транслируется на многочисленные мониторы, телевизоры и проекторы.

Желающие почувствовать себя гостями дворца Снежной королевы посещают рестораны и кафе, сделанные изо льда и снега. Инте-

ресно, что они работают не только в северных странах – России, Финляндии и Швеции, но и на Аравийском полуострове – в Дубае. Посетители данных заведений надевают специальные накидки и кучкуются вместе, чтобы не замерзнуть в холодном помещении среди ледяных искусно вырезанных скульптур. Гостям подают коктейли из водки и тоже в бокалах изо льда.

Еще одна популярная тема – замки, дворцы, поместья. Так, в Москве создан один из самых изысканных ресторанов в мире – «Турандот». Он оформлен в дворцовом стиле «шинуазри» – с использованием китайских мотивов. Это место гораздо больше похоже на дворец, чем на ресторан, отделка выполнена вручную с особой тщательностью. Качество кухни также является высоким.

Существуют рестораны, переделанные из старых трамваев, поездов и даже самолетов. Например, трамвай-трактир «Аннушка» широко известен в Москве. А в Финляндии находится самый маленький ресторан – один стол и пара стульев. Возможно, он покажется тесным и скучным, но для людей, не склонных к шумным компаниям, это идеальное место для уединения.

В Чикаго и Риме можно посетить рестораны, где грубое обслуживание считается нормой – официанты оскорбляют клиентов и слегка издеваются друг над другом.

В Наньцзине (Китай) есть ресторан для желающих снять стресс. Клиенты здесь могут выпустить гнев, вызванный напряжением и проблемами повседневной жизни, бросая и разбивая посуду, стекла, столы. Даже можно бить официантов, которыми работают мускулистые молодые люди.

Достаточно часто встречается услуга, когда клиенту предоставляется право самому выбрать животное или рыбу, из которых ему приготовят блюдо. А в Японии и России есть рестораны, где рыбу можно поймать самому. Клиенту предоставляются снасти и наживка, а рыба ценных пород – осетр, форель или сом – клюет в разводном пруду. Такая услуга есть в Сочи в ресторанчике у подножия гор в окрестностях Красной Поляны.

Для того чтобы получить удовольствие от изысканного угощения, важен не только его вид и вкус, но и место трапезы, считают некоторые рестораторы. Любителям урбанистической экзотики предоставляется возможность посетить вращающийся ресторан, расположен-

ный на трубе мусоросжигательного завода, такое заведение находится в Тайване. Существуют и заведения, расположенные на более экологически чистых территориях – водонапорных башнях.

Но самый высокорасположенный ресторан в мире построен не на трубе, не на мосту и даже не на резервуаре городского водоснабжения. Он находится в Боливии, в Кордильерах, на высоте 5340 м. А самый глубокий находится в соляной шахте, в 150 метрах под землей.

На Мальдивах и в Израиле есть подводные рестораны. Первый в мире подводный ресторан Red Sea Star появился в 1998 году на поврежденном морском дне на глубине 6 метров под водами Красного моря в порту Израиля Эйлат. За четыре года до этого, основатели ресторана пытались спасти и сохранить живой и живописный коралловый риф. Рядом с каждым столиком здесь есть окно из трехслойного органического стекла, чтобы гости прямо за обедом могли видеть рыб, кораллы и другие картины подводного мира. Дизайн самого ресторана тоже выполнен в морском стиле: стулья в форме медуз, подушки в виде морских ежей и светильники, напоминающие морские анемоны. В подводный мир посетители ресторана попадают по винтовой лестнице, даже не замочив ног.

На Гавайях и в Италии работают рестораны, расположенные вблизи кратеров действующих вулканов. Они используют жар лавы для приготовления пищи.

Необходимо также отметить необычные блюда, представленные в меню предприятий общественного питания всего мира, данный стиль имеет название «экстрим». Посетителям таких заведений предлагается употреблять в пищу абсолютно все, что физически можно проглотить – от шедевров «молекулярной» кухни до жареных тараканов. Разнообразие выбора постоянно растет гостю можно попробовать сушеную саранчу, коктейли из желчи змеи, ядовитую рыбу «фугу», «тухлые» яйца, мороженое со вкусом песка и сало в шоколаде.

Ресторанный бизнес постоянно развивается и совершенствуется. В мире создаются оригинальные виды ресторанов, баров, кафе, которые не только удовлетворяют потребности человека в пище, но и удивляют его новизной обслуживания. Существуют предприятия общественного питания, направленные на определенную группу посетителей – расположенные в нестандартных местах и с разнообразным интерьером. Рестораторы всего мира используют самые смелые идеи, заставляющие посетителей взглянуть на мир по-новому, экспе-

риментировать и познавать себя. Ресторанов для любителей нестандартных решений ресторанного бизнеса, пока больше наблюдается за границей, нежели чем в России. Отечественный потребитель встречает нововведения с настороженностью и в большей степени свое предпочтение отдает «типичным» предприятиям общественного питания. Однако современным отечественным рестораторам необходимо создавать новые направления развития с целью повышения рентабельности работы предприятий в условиях возрастающей конкуренции и привлечения самых требовательных клиентов.

Контрольные вопросы

1. Что такое концепция предприятия питания?
2. Какие элементы отражают концепцию предприятия общественного питания? Охарактеризуйте их.
3. Назовите основные виды меню.
4. Чем отличается меню «а ля карт» от меню «табльдот»?
5. В каких случаях составляется меню комплексного обеда?
6. Укажите правила составления банкетного меню.
7. Перечислите достоинства меню бизнес-ланча и воскресного бранча.
8. Каких ошибок необходимо избежать при составлении карты вин.
9. Укажите правила составления карты коктейлей.
10. Приведите требования к оформлению меню и прейскурантов, ассортименту продукции для предприятий питания различных типов и классов.
11. Что включает в себя понятие интерьера предприятия питания?
12. Как подразделяют торговые залы предприятия питания по характеру композиционно-планировочного решения интерьера?
13. Перечислите средства интерьера предприятия питания.
14. Как влияет цвет на организацию интерьера?
15. Назовите стили предприятий питания.
16. Для какого стиля характерно парадное величие архитектуры и интерьеров?
17. В каких случаях применяется готический стиль?
18. Охарактеризуйте стили модерн и хай-тек.
19. Какие материалы применяются для создания стиля кантри?

20. Какие стили наиболее применимы для оформления молодежных кафе?

21. Укажите необычные концептуальные рестораны мира.

4. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕСТОРАННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

4.1. Стандарты обслуживания официантами

Для повышения уровня обслуживания каждому предприятию питания необходимо придерживаться определенных стандартов организации работы, по которым будут судить об имидже заведения. Поэтому работники сервиса никогда не должны забывать, что именно они находятся в прямом и постоянном контакте с гостями и от качества их деятельности зависит популярность предприятия. Официант находится в непрерывном контакте с посетителями с момента встречи и до их ухода, и именно от официанта зависит создание такой обстановки, которая способствовала бы хорошему настроению посетителей. Впечатления, которые складываются у посетителей от данного предприятия общественного питания, во многом зависят от того, каков внешний вид официанта и его манера держаться. При работе с потребителями официант должен иметь приветливое выражение лица и аккуратную прическу. Официант должен постоянно следить за гигиеной своего тела. Не следует пользоваться духами или одеколоном с резким запахом. Косметические средства следует употреблять в умеренном количестве. Не следует носить украшений, не отвечающих требованиям санитарии и правилам обслуживания.

Официант должен обладать следующими качествами:

- 1) быть трудолюбивым, любить свою профессию и с большим желанием делать все то, что связано с обслуживанием посетителей;
- 2) проявлять инициативу в работе и устранять любое упущение во время обслуживания посетителей;
- 3) обладать быстрой, но естественной походкой; движения его должны быть быстрыми, плавными и мягкими;
- 4) иметь хорошую память, чтобы безошибочно выполнять заказы;
- 5) обладать быстрой реакцией и всегда уметь быстро и точно отвечать на вопросы посетителей. Он должен предугадывать их жела-

ния. Официанту не следует сосредоточивать свое внимание только на одном столике, а держать в поле зрения весь участок обслуживания;

6) стараться говорить тихо, спокойным тоном;

7) быть тактичным и уметь устранять возникшие неприятные ситуации; быстро принимать решения;

8) оказывать гостеприимство, радушие и теплоту по отношению к посетителям;

9) быть предельно наблюдательным, быстро замечать и исправлять промахи, допущенные им и его коллегами;

10) быть вежливым и учтивым, точно и аккуратно выполнять обязанности по отношению к посетителям и предприятию.

Поведение официанта в торговом зале

Приветствие – это знак уважения, вежливого отношения и готовности официанта обслужить посетителя. Каждому посетителю, который вошел в зал, следует сказать «доброе утро», «добрый день» или «добрый вечер», в зависимости от времени суток. Причем обслуживающий персонал не должен подавать посетителю руку, если сам посетитель не сделает это первым. Первое проявление гостеприимства официанта – его приветствие входящего в торговый зал посетителя. Особенно приятное впечатление производит улыбка и приветливое выражение лица официанта; этим он дает понять посетителям, что они являются здесь желанными гостями и будут хорошо обслужены. Приветствие должно быть корректным и сдержанным, оно сопровождается легким наклоном головы и приятной улыбкой.

Рекомендации официанту для организации качественного обслуживания

Приветствие гостей – первый личный контакт официанта с посетителем. От характера встречи у клиентов складывается первое впечатление об уровне обслуживания в данном заведении. Имея в виду особую важность этого первого шага, официанту следует обратить внимание на следующие советы:

1) сразу же идти навстречу прибывшему гостю;

2) первым приветствовать его;

3) здороваться как можно вежливее в соответствии с временем дня («доброе утро», «добрый вечер» и т.д.);

4) смотреть гостю прямо в глаза, когда он войдет в зал. такой визуальный контакт говорит посетителю, что его здесь ждут;

- 5) не делать никаких различий! все гости имеют равные права на вежливый прием;
- 6) дать гостю понять, что ему здесь рады;
- 7) помочь раздеться в гардеробе;
- 8) назвать звание посетителя и его фамилию, если они известны;
- 9) обратить особое внимание на правильное произношение фамилии гостя;
- 10) держаться приветливо, но без подобострастия.

Внешний вид официанта

Любое заведение придерживается твердых правил в отношении рабочей одежды. У посетителя ресторана складывается впечатление обо всем заведении по внешнему виду официанта.

У официанта должна быть красивая прямая осанка, движения легкие и изящные. Не следует делать лишних или резких движений, размахивать руками, раскачиваться, волочить ноги, выпячивать грудь и живот. Официант должен передвигаться быстро, средним размеренным шагом. Ни в коем случае нельзя бегать по залу.

Официант не может жевать или курить в присутствии посетителей, это производит неприятное впечатление. В присутствии посетителей официант должен стоять всегда прямо, не облачиваясь на сервант или на стол, за которым сидит посетитель, нельзя присаживаться на стол посетителя. Официанту не следует в присутствии посетителей держать руки в карманах, пользоваться носовым платком и расческой. Если требуется указать на кого-либо, следует делать это взглядом в определенном направлении.

Разговор с посетителем должен вестись в соответствующем тоне, без жестикуляции, без долгих разъяснений и излишних вопросов, не входящих в служебные обязанности. Во время разговора официант не должен быть рассеянным, смотреть по сторонам, следует быть предельно внимательным к посетителям. Официант должен проявлять находчивость и индивидуальный подход к различным посетителям, причем быть одинаково вежливым со всеми, независимо от их внешнего вида, пола и возраста, и обслуживать их поочередно.

Вежливость, учтивость и стремление хорошо обслужить посетителей – основные черты поведения официанта. Официант должен быть внимательным и любезным, должен уметь в определенной ситуации суметь принести извинения, выразить просьбу или благодарность, принять правильное решение, быть выдержанным, не вступать в пререкания с посетителями.

Официанту нельзя забывать, что он является служебным лицом и его поведение в присутствии посетителей имеет большое значение.

Заказ столика клиенты могут сделать как лично, так и по телефону. Переговоры по телефону о бронировании столика необходимо вести профессионально, так как при этом происходит первое общение с будущим посетителем и от правильного проведения переговоров зависит впечатление гостя о заведении. Старайтесь говорить по телефону ясно и четко, дружелюбно и естественно. В этой ситуации ваш голос работает на создание доверительных отношений. Избегайте при переговорах слишком делового, безразличного и поучающего тона.

Если гость не пришел к обозначенному в заказе времени, не приглашайте сразу за этот стол других гостей. Лучше продержат зарезервированный стол еще полчаса. Тот факт, что стол остается забронированным по крайней мере полчаса, необходимо довести до сведения гостя, когда он делает заказ. В том случае, если гость не прибыл в назначенное время, а явился гораздо позже, когда заказанный им стол уже заняли другие посетители, вежливо объясните опоздавшему гостю, что были вынуждены из-за наплыва посетителей снять бронь. При этом предложите ему другой свободный или освобождающийся столик. Пока вы его ищете, предложите заказчику аперитив.

Высший профессионализм официанта – **умение давать толковые советы** в ненавязчивой форме. Предпосылка доброкачественных советов – хорошая осведомленность о наличии и качестве продуктов в заведении. Ваша компетентность в этой области – гарант доверия со стороны посетителя. Внимательно наблюдайте за гостями, стараясь дать такую характеристику предлагаемому блюду, чтобы вызвать у них интерес. Например: «Для закуски я могу порекомендовать вам наш фирменный салат с йогуртом и поджаренными хлебцами или лапшу по-домашнему с легким соусом из взбитых сливок с белыми грибами». Сразу же расскажите, какие блюда есть, а каких нет среди обозначенных в меню. В принципе такой вариант возможен. Чтобы избежать недоразумений, чрезвычайно важно иметь между кухней и официантами постоянную информационную связь.

Точное знание карты напитков и вин – предпосылка оптимального принятия необходимых решений. В первоклассных ресторанах за рекомендацию напитков и подачу вин отвечает специально подготовленный служащий – сомелье. Если гость пожелал заказать вино, то ни в коем случае не задавайте ему вопросов типа: «Вам красное или бе-

лое?». Подайте ему карту вин и целенаправленно порекомендуйте, какое из них выбрать к заказанным блюдам. Например: «К устрицам Вам лучше всего заказать «Шабли» или: «К филе судака я могу порекомендовать Вам «Австралийский рислинг». Если перед посетителем стоит пустой бокал, то спросите: «Не принести ли Вам еще бокал вина?» или: «Разрешите предложить Вам наше лучшее красное вино к основному блюду, например ... ».

В процессе заказа с гостем необходимо **уметь вести диалог**. Проясните для себя ряд таких вопросов:

1. До какой степени следует прожарить мясо?
2. Когда подать салат?
3. Подать сок со льдом или без него?
4. Подать минеральную воду с газом или без газа?

Выбор блюд по меню, их последовательная рекомендация очень ответственный момент, требующий от официанта высокого профессионализма. Он должен, основываясь на коммерческих интересах своего заведения, стараться угадать желания посетителя, выполнить его требования, записать его особые пожелания и вовремя подать заказанные блюда и напитки.

Как приветствовать гостей?

Официант должен подходить к гостю уверенно и целенаправленно. По возможности не дожидайтесь, пока он подойдет первым. Или, что еще хуже, не заставляйте его ждать около двери, потому что гость за время ожидания может сделать вывод, что он для вас ничего не значит. Вы очень рискуете, если у гостя сложится негативное впечатление еще до того, как он вошел в ресторан. Подходя к посетителю, посмотрите на него и улыбнитесь. Ваш контакт по принципу «глаза в глаза» – это сигнал для гостя, говорящий о том, что вы проявили к нему интерес. Первым поприветствуйте его, особенно если он вам знаком. Тем самым вы продемонстрируете гостю свое расположение.

Как вести переговоры?

Официант должен говорить спокойно и четко. В стрессовых ситуациях уметь целиком сконцентрироваться на госте и смотреть ему прямо в глаза. Ни в коем случае не отвлекаться, переводя взгляд на другие столики, потому что посетитель может подумать, что официант предпочитает говорить не с ним, а с кем-либо другим! Боязливость, спешка или нервозность – враги переговоров! Гость может по-

думать, что ему здесь не рады. Необходимо обращаться к гостю по имени, фамилии (в том случае, если вы их знаете). В этом случае гость ощущает себя в центре внимания. И помнить, что вежливость – «главное оружие».

Язык жестов

Положение рук:

- 1) руки опущены немного ниже талии – отрицательный жест;
- 2) руки между талией и грудью – нейтральный жест;
- 3) руки чуть выше груди – положительный жест.

Положение кистей рук:

- 1) ладонью вниз – отрицательный жест;
- 2) ладонь расположена перпендикулярно телу – нейтральный жест;
- 3) ладонью вверх – положительный жест.

Если необходимо подчеркнуть сказанное, особенно приятное для гостя, нужно поднять кисти рук чуть выше груди, а ладони повернуть вверх. Если официант хочет что-то скрыть, то может немотивированно прожестиковать руками.

Соблюдение определенной дистанции?

Если не держать необходимую дистанцию, то гости чувствуют как бы скрытую угрозу и поневоле пятятся назад. Держаться от посетителя следует на расстоянии примерно 0,8 м, в противном случае конструктивный разговор невозможен.

Как следует выражаться?

Не следует перегружать гостей специфическими терминами. Они могут их просто не понять или понять в отрицательном смысле. Надо хотя бы раз проверить свой рабочий словарный запас при разговоре с людьми, не имеющими отношения к вашей специальности. Постарайтесь беседовать с посетителями как можно понятнее, словно подбирая слова экспромтом. При этом не торопитесь, делайте паузы, чтобы почувствовать себя более уверенно. Однако если гость заметит, что пауза слишком затянулась, то почувствует беспокойство. Для того чтобы быть в форме, вам необходимо, с одной стороны, учитывать особенности ваших гостей, а с другой – уметь правильно интерпретировать их.

Значение паузы

Нет ничего лучшего для воздействия ваших слов на гостя, чем вовремя сделанная пауза. Пауза, возникающая в конце предложения,

может стать помехой лишь в редких случаях. Быстрая непрерывная речь может вызвать у посетителя ощущение, что вы волнуетесь. В таком случае возникает опасность перебить гостя, а поэтому по возможности следите за темпом вашей речи.

Ставите ли вы себя на место гостя?

При переговорах с гостями во время выбора блюд очень важно владеть ситуацией. Научитесь становиться на позицию гостя. Как правило, гость интересуется тем, чего не знает и не понимает. Попробуйте поставить себя на место гостя, ожидающего вашего разъяснения, и это поможет вам вести беседу.

Не волнуетесь ли вы?

Основное условие вашей работы – спокойствие и уверенность в себе. Для этого вы должны все знать об имеющихся продуктах, а также содержание карт блюд и напитков. Надо обладать полной информацией о технологии приготовления блюд и оборудовании столов, а также обо всем, что имеет к этому отношение. Не бойтесь активно пользоваться жестами и установите с посетителями контакт «глаза в глаза». Соблюдайте также во всех экстраординарных случаях спокойствие. Вы ни в коем случае не должны показать себя нервным и беспокойным служащим.

Как выбрать собственную позицию?

Вы должны быть дружелюбным, предупредительным и тактичным по отношению к любому посетителю. Если посетитель чем-то недоволен и высказывает это в резком тоне, вы должны проявить особую сдержанность и постараться погасить конфликт всеми доступными вам способами. Уравновешенность, эмоциональная устойчивость, самообладание – качества, определяющие профессиональную пригодность официанта. Будьте внимательны и дружелюбны и не забывайте чаще улыбаться.

Как вести себя после сделанного заказа?

Постарайтесь после сделанного заказа не забыть выразить свое удовольствие. Громко и отчетливо повторите сделанный заказ и получите подтверждение, а затем отправляйтесь выполнять свои должностные обязанности.

Дополнительные советы по ведению переговоров

1. Помните – тот, кто спрашивает, тот и играет решающую роль в переговорах.

2. Задайте прямой вопрос, который обязательно начинался бы со слов «как», «что» или «какой», с тем, чтобы посетитель не мог ответить просто «нет».

3. Если речь идет о принятии окончательного решения, то ставьте перед гостем такие альтернативные вопросы, которые предлагали бы ему больше возможностей выбора.

4. Пользуйтесь предложениями, где бы присутствовало слово «или», с тем, чтобы у посетителя возникало ощущение, что он способен принять самостоятельное решение.

5. Предоставляйте гостю возможность выбора, оставляйте ему достаточно времени для принятия решения.

6. Выражайтесь просто и ясно, особое внимание уделяйте вежливым формулировкам.

7. Чаще используйте слова «да», «разумеется», что показывает готовность идти навстречу пожеланиям гостя.

8. Ведите переговоры при заказе блюд так, словно идет обычный разговор, и ненавязчиво предлагайте аперитивы перед едой, холодные закуски, супы, сыры, десерт, кофе, чай и спиртные напитки.

9. Помните, что за вами наблюдают, особенно все хорошо видят и слышат одинокие посетители.

10. Гораздо проще вести переговоры при заказе, чувствуя дружелюбное отношение к вам гостей и установившуюся теплую атмосферу.

11. Помните – положительный торговый баланс предприятия на прямую зависит от хорошего настроения каждого посетителя.

В завершении процесса заказа необходимо уточнить сорт подаваемого хлеба и других выпечных изделий. Если что-то подается без заказа, то об этом тоже надо поставить в известность посетителя.

После того как заказ сделан, он записывается по определенной форме на специальном бланке и немедленно передается на производство.

При выполнении заказа рекомендуется следующая очередность обслуживания посетителей за столом:

- женщин обслуживать раньше мужчин;
- старших гостей раньше молодых (исключение составляют маленькие дети, которых обслуживают в первую очередь);
- сначала обслуживать почетных гостей;
- приглашенных лиц обслуживать после основного гостя.

Как качественно обслужить посетителей и избежать конфликтов

- Перед выходом в зал приведите свою внешность в порядок. Помните: дыхание должно быть свежим, руки, одежда и обувь – безукоризненно чистыми.

- Недопустимо, находясь в зале ресторана, жевать жевательную резинку, курить, вести разговоры на личные темы.

- Будьте предельно вежливы и дружелюбны по отношению к посетителям, внимательны и точны при выполнении заказа. Надменность и дерзость недопустимы.

- Старайтесь избегать ссор, как с посетителями, так и с коллегами по работе и начальством. Всегда можно найти способ разрядить обстановку: пошутить, поменять тему разговора, рассказать что-нибудь занятное.

- Есть и пить следует перед работой, а не в присутствии посетителей!

- Будьте подчеркнуто, приветливы и деликатны, особенно в тех случаях, когда вам надо накрыть стол и, что особенно важно, когда посетителю приходится в чем-то отказывать. Причем знание алкогольных напитков может оказать вам в сложных ситуациях неоценимую помощь!

- Разговаривайте с гостями непринужденно и спокойно. Чаще используйте общие фразы, но в то же время проявляйте и свою индивидуальность, не стесняйтесь использовать личное обаяние, иначе гости не будут чувствовать себя свободно.

- Не давайте сомнительных рекомендаций и не старайтесь подробно описывать предлагаемое блюдо.

- Громко и четко повторяйте название заказанного блюда.

- Не реагируйте бурно на необоснованные претензии, если чувствуете, что ситуация выходит из-под вашего контроля, попросите подойти более опытного коллегу.

Официанты должны знать правила делового этикета и соблюдать их в процессе общения с посетителями.

1. Сердечно желайте каждому гостю доброго утра, доброго вечера, никогда не говорите «здравствуйте».

2. Если имя гостя вам не известно, постарайтесь его узнать.

3. Избегайте слова «нет» – можно дать отрицательный ответ утвердительной фразой, например: «Извините, сегодня наш ресторан предлагает устрицы, блюда из мидий наш шеф-повар планирует включить в меню завтра».

4. Чаще используйте слова «пожалуйста», «спасибо».

5. Если в ресторан вошел гость, а вы заняты, обязательно скажите: «Я сейчас к Вам подойду» или «Присаживайтесь, пожалуйста, я подойду к Вам через несколько секунд». Ожидание очень раздражает гостя, и вы должны уделить ему внимание.

6. Никогда не спорьте с гостями – вам никогда их не «переспорить».

7. Не принимайте участия в споре гостей. Сделайте вид, что вы не слышите их разговора.

8. Будьте тактичны. Когда гость возвращается в ваш ресторан с другими посетителями, не напоминайте ему о последнем визите. Только вспомните о его вкусах и привычках, когда будете предлагать блюда.

9. Относитесь внимательно к телефонным звонкам гостей:

- говорите с ними вежливо и сердечно, желая сначала доброго утра, доброго дня, доброго вечера и четко произнося название ресторана;

- ответы должны быть ясными и краткими;
- запоминайте имя гостя и повторяйте его в разговоре несколько раз;

- не отвлекайтесь во время телефонного разговора;
- гость не должен чувствовать ваше настроение;
- ваш голос должен быть спокойным и уверенным;
- следите, чтобы до гостя не доносились посторонние мешающие звуки;

- успевайте снимать трубку до третьего гудка, после четвертого гудка у гостя создается негативное впечатление о ресторане;

- старайтесь оригинально представить достоинства вашего ресторана.

10. Когда гость уходит из ресторана, вы можете сказать ему: «Спасибо, что Вы посетили нас. Желаю Вам доброго вечера (или доброго дня)». Ваше «до свидания» должно быть сердечным, выражать искреннее желание увидеть гостя снова. Если вы провожаете постоянного посетителя, то можете добавить: «Нам всегда приятно, когда Вы бываете у нас».

Памятка официанту «Как заслужить доверие гостей»

1. Дружески и искренне улыбайтесь при встрече!
2. Провожайте гостей до столика и помогайте сесть!
3. Без промедления приносите меню, карту блюд, карту вин.
4. Не забудьте предложить заказать аперитив!
5. Помогайте посетителям в выборе блюд и напитков, давайте дельные советы!
6. Чаще используйте заученные фразы, демонстрируйте уверенность в своей профессии и осведомленность.
7. Обслуживайте женщин раньше мужчин, пожилых раньше молодых, приглашенных лиц после главного гостя.
8. Своевременно подавайте напитки!
9. Регулярно меняйте пепельницы!
10. Проявляйте заботу о своих гостях и чаще появляйтесь рядом!
11. Обращаясь к гостю, называйте его имя, фамилию, чин, должность и т. д.
12. После расчета не забудьте попрощаться с гостями!

Для повышения качества обслуживания посетителей в ресторане необходимо постоянно анализировать каждый этап работы по обслуживанию от момента резервирования столика до момента прощания с гостями. На каждом этапе следует отметить наиболее положительные с профессиональной точки зрения моменты и возможные ошибки, отрицательно влияющие на результат обслуживания.

4.2. Тренинг персонала – новая форма повышения качества обслуживания

Тренинг – это процесс обучения, в ходе которого персонал не только получает новые знания, но и может закрепить их в виде конкретных практических навыков. При этом тренер специально создает для обучающихся атмосферу психологической безопасности, что позволяет отработать новые формы поведения. Тренинги должны проводиться специально подготовленными специалистами – бизнес-тренерами, обладающими специальными знаниями, и практическими навыками обучения персонала. Бизнес-тренер может быть как сотрудником ресторана, и внешним тренером. Обучить персонал принятым

стандартам обслуживания, привить корпоративную культуру наиболее эффективно сможет только собственный специалист. Отмечено, что даже для небольших предприятий, где обслуживание потребителей осуществляет официант, наиболее целесообразно иметь в штате собственного тренера. В настоящее время предлагается множество программ по обучению и повышению квалификации таких специалистов (табл. 8).

Таблица 8

Примерная программа тренинга с официантами

Этапы работы	Проблемные ситуации	Пути разрешения проблемной ситуации
1	2	3
Снятие внутреннего напряжения у официанта и потребителей	В одних и тех же ситуациях разные категории потребителей ведут себя по-разному. Условно их подразделяют на следующие группы: шумные компании, капризные или придирчивые, доверчивые или подозрительные	Участники тренинга подразделяются на группы, импровизирующие официантов и придирчивых, капризных потребителей. Анализируют те ситуации, которые наиболее часто встречаются в их работе, разрабатываются удачные решения, сглаживающие остроту проблемы
Предупреждение конфликтной ситуации	«Придирчивые и капризные»	Решение проблемы: 1) предоставить потребителю возможность самим познакомиться с меню и картой вин; 2) объяснения заказываемых блюд и вин сделать по возможности коротким; 3) выполнять заказ быстро, оставлять потребителя без внимания непродолжительное время (наливать прохладительные напитки, раскладывать блюда в тарелке потребителю); 4) диалог общения свести только к ответам на задаваемые вопросы
Диалоги по предложению блюд и вин	Потребителю не понятны названия некоторых блюд или ингредиенты, входящие в состав; названия вин и их происхождение	Постоянное изучение меню и карты вин с проведением аттестации
Освоение техники сервировки стола в присутствии потребителей в зале	Потребителя раздражает постоянное движение официанта возле их стола, звон тарелок, стеклянной посуды и других предметов сервировки	Отработка приемов сервировки стола тарелками с руки, приборами и стеклянной посудой с подноса или с руки используя отработанные технические приемы предварительной сервировки стола

Освоение правил обслуживания потребителей в соответствии с заказом	Примеры: Потребитель заказал на обед рыбное блюдо, вино, а стол засервирован тарелками и приборами по меню ужина, но потребитель заказал десерт и кофе повенски	Решение проблемы: Официант заменяет столовый прибор прибором для рыбы и рядом с фужерами ставит бокал для белого вина. Отработка приемов сбора посуды и приборов в присутствии потребителя (включая пирожковые тарелки и прибор со специями), сервировка стола по заказу
Приготовление блюд в зале на виду у потребителя	Неуверенные действия официанта: отсутствие виртуозности, сосредоточенный взгляд, отсутствие улыбки	Тренинг в проведении диалога с потребителем в процессе приготовления блюда в зале (шутки, усиливающие эффект шоу), исполнение жестов и мимики. К участию в тренинге можно привлекать шеф-повара, который дает пояснение об особенностях приготовления блюда. Официант отрабатывает все операции, но приготовлению блюда в присутствии потребителя в спокойном темпе. Тренинг-менеджер контролирует скорость действий, заостряя внимание на слишком медленных или поспешных движениях. И в заключение каждый официант повторяет все шоу вместе с репликами на глазах у потребителя
Решение конфликтных ситуаций	Конфликтные ситуации могут быть обоснованными: задержка блюда; блюдо в стоп-листе; невозможность принять заказ на определенное время. Не обоснованные конфликтные ситуации с потребителем выходят за рамки требуемого поведения	Решение проблемы: 1) официант должен уметь с достоинством признать ошибку; 2) поставить себя на место потребителя и тогда проблема будет более близка ему; 3) придерживаться принципа: доводы и факты должны быть твердыми, а слова — мягкими или «Потребитель всегда прав»; 4) привлечь третье лицо (администратора зала) для решения конфликта с потребителем. Если потребитель не реагирует на замечания администратора зала необходимо обратиться к представителям охраны порядка

На практике руководители сочетают работу собственных специалистов с привлечением внешних тренеров в тех случаях, когда это необходимо. Задач, которые могут быть решены в ходе тренингов с персоналом множество. Наиболее распространенными являются:

- практическая отработка корпоративных стандартов обслуживания;

- усвоение персоналом меню, винной карты, правил сервировки, технологических особенностей производства продукции;
- отработка навыков общения с гостями;
- привитие умения распознавать тип темперамента и личности потребителя;
- отработка навыков обслуживания различных потребителей и действий в конфликтных ситуациях;
- конкретный перечень задач, решаемых при помощи тренингов, зависит от специфики предприятия, от уровня подготовки персонала и других факторов;
- экономически наиболее оправдан индивидуальный подход к обучению персонала.

В предприятиях подобная оценка часто проводится в форме аттестаций. Их обычно проводят один раз в год, для различных категорий персонала. Методы оценки, которые используются при аттестации, в целом сходятся с методами оценки при найме нового персонала, но различаются задачами. Проведение аттестации позволяет выявить потребности в обучении, составить программу занятий и организации тренингов персонала. Кроме того, выявить сотрудников для выдвижения в кадровый резерв, а также усовершенствовать систему стимулирования персонала и выявить работников, с которыми придется расстаться.

4.3. Современные виды банкетного обслуживания

Банкет – это торжественный званый завтрак, обед или ужин, устраиваемый в честь какого-либо официального лица, события или торжества. Банкеты могут быть официальными (**приемы**) и неофициальными (семейные торжества, товарищеские встречи и т. д.). Прием в честь или с участием иностранных представителей называется *дипломатическим*.

Дневные дипломатические приемы:

- прием – **рабочий завтрак** устраивается в 8.00 – 8.30 ч и длится не более часа;
- приемы – **бокал шампанского** и **бокал вина** проводятся по случаю национального праздника, в честь приезда или отъезда иностранной делегации, начинаются в 12 ч и заканчиваются к 13 ч, проводятся стоя;

- прием «Ланч» – это второй завтрак, на который приглашают по телефону или в особо торжественных случаях рассылают приглашения. Время проведения приема варьируется в промежутке между 12 и 13 часами. Это прием с рассадкой за столом. Для ланча используют обычный обеденный стол или несколько вместе составленных карточных столов. В зависимости от степени официальности приема стол накрывают цветной камчатой скатертью, или перед каждым гостем расстилают салфетку – льняную, вышитую, кружевную или пластиковую. Гладкую белую скатерть расстилать не принято. Сервировка стола – как на официальном обеде. Украшают стол цветами в вазах, свечами или фруктами.

Для ланча достаточно двух-трех смен блюд. Обычно подают на выбор фрукты или суп в чашках, яйца или морские моллюски, дичь, мясо или рыбу, салат и десерт, принято подавать горячие блюда. Характерной чертой ланча является горячая выпечка – рогалики, обсыпанные бисквиты, английские булочки, слоеные пирожки, кукурузные хлебцы и т. п. Принято подавать легкое вино. Однако наиболее типичными напитками, которые подаются на ланче, являются чай и кофе со льдом. Чай разливают по стаканам и украшают мелкими листиками мяты.

Распространенным является рабочий или деловой ланч с коллегами или партнерами в ресторане, клубе, бистро. В перерыве на обед 1,5 – 2 часа, которые используют не только для обеда, но и деловых бесед.

Характер проведения делового ланча меняется в зависимости от целей и приглашенных лиц. Это может быть небольшой ланч в бистро с тем, чтобы обсудить какие-то вопросы, а может быть полный ланч в ресторане, состоящий из трех блюд: закуска, основное блюдо, десерт. На деловой ланч приглашаются без супруг (супругов). На него не обязательно посылать официальное приглашение, ограничиваются телефонным звонком или предварительной договоренностью при предыдущей встрече. Оплату производит заказчик.

- прием-завтрак устраивается в промежутке между 12 и 15 ч. Его продолжительность – полтора часа, из которых 45 – 60 мин гости проводят за столом, а 15 – 30 мин – за кофе или чаем.

Столы для приема ставят в виде буквы П или Т. Почетные места за торжественным столом организуют «лицом» к входным дверям или, если это невозможно, к окнам, выходящим на улицу.

Столы накрывают белыми скатертями и украшают цветами. Белые накрахмаленные салфетки кладут на пирожковые тарелочки для хлеба. Сервировка стола – как на торжественном приеме.

Подают за завтраком одну-две холодные закуски, одно рыбное или мясное блюдо, десерт. Во время сбора гостей им предлагается аперитив. В конце завтрака подаются чай, кофе. К ним предлагается коньяк и ликер.

Вечерние дипломатические приемы:

- прием-**коктейль** начинается между 17 и 20 ч. Продолжительность приема – один-два часа. Прием проходит стоя. На приглашении указывают время начала и окончания приема (17.00 – 19.00, 18.00 – 20.00). Коктейльный стол от остальных столов в виде буфетной стойки («а ля фуршет», «обед-буфет») отличается тем, что на нем нет ни тарелок, ни вилок, есть только деревянные или пластмассовые одноразовые палочки, которые воткнуты в разнообразную закуску, поданную на больших подносах. Могут использоваться мини-вилочки, с помощью которых берут канапе или фрукты из коктейля. В качестве закуски подают канапе с различными солеными маслами, кремами, паштетами, рыбой, мясом; слоеные или сладкие мини-пирожные, печенье, а также фаршированные яйца, соленый и сладкий миндаль, орехи, фрукты. В конце приема гостям можно предложить кофе.

- прием «**А ля фуршет**» проводится в те же часы, что и коктейль (17.00 – 19.00 или 18.00 – 20.00). Прием проводится стоя. Во время приема на столе должна быть закуска, которую можно есть только вилок. Гостям предлагают обильный выбор напитков и сервируют фуршетные столы, уставленные разнообразными закусками. Стол несколько выше, чем обычный, чтобы можно было есть стоя. Стол накрывают скатертью почти до пола (5 – 10 см от пола). Рюмки и бокалы для прохладительных и алкогольных напитков ставят рядами или треугольниками. Соответствующую бутылку ставят в середину треугольника. Тарелки ставят стопками в разные концы стола. Холодную закуску расставляют в центре стола, подальше от краев, которые оставляют свободными, чтобы гости смогли поставить туда свои тарелки.

В большом помещении можно накрыть несколько столов «а ля фуршет» (каждый на 6 – 8 человек). После холодных закусок подают горячие сосиски, маленькие котлеты. После горячей закуски предусматривается десерт — сыр с фруктами, желе, мороженое. В конце приема подают кофе. Гости обслуживают себя сами. Стоящие за сто-

лом официанты меняют тарелки, пополняют опустевшие блюда, наливают напитки и накладывают мороженое.

- **обед** – наиболее почетный вид приема. Он начинается в промежутке между 19.00 и 21.00. Продолжительность – полтора - два часа, в том числе за столом – один час, остальное время - в гостиной. Столы ставят также как для завтрака. Ассортимент холодных закусок – по одному рыбному и мясному блюду и овощные салаты. После холодных закусок подают бульон с гренками или суп, затем – мясное блюдо. Могут быть два горячих блюда, одно из них рыбное, которое подают перед горячим мясным блюдом с овощами. Обед заканчивают десертом, а перед этим убирают всю посуду, столовые приборы и рюмки, которые были предназначены для предыдущих блюд. На десерт подают желе, кремы, различные сладкие блюда, ягоды со сливками. Если сладкое подают в общей вазе, то стол сервируют соответствующей посудой и десертными или чайными ложками. Сладкое порциями ставят перед гостем с правой стороны. В заключение приема подается чай или кофе.

- прием **обед-буфет** – разновидность обеда. Его организация проще, так как не связана с размещением гостей за столом. Этот вид приема аналогичен шведскому столу. Обед-буфет проводится в те же часы, что и обед. Этот вид банкета использует элементы «шведского стола». Такой банкет лучше называть «французским приемом», так как он реализует все принципы классического французского ресторана. Во-первых, посетители имеют возможность увидеть все приготовленные банкетные блюда, которые выставлены на красиво оформленных буфетах, причем некоторые блюда готовят непосредственно в зале, на виду у гостей; во-вторых, посетители имеют возможность самостоятельно выбрать понравившееся блюдо; в-третьих, посетителей приглашают занять места за роскошно сервированными столами; в-четвертых, посетителей обслуживают квалифицированные официанты, которые подают им любые напитки по желанию.

В зале при подготовке данного банкета ставят фуршетные столы для подачи закусок, блюд и напитков, расставляют обеденные и подсобные столы. Все столы накрывают скатертями, фуршетные столы оформляют скатертями-«юбками»; обеденным столам при помощи декоративных накидок придают праздничный вид. Каждый фуршетный стол-буфет имеет свою специализацию. Например, один буфет предназначен для подачи холодных блюд и закусок второй – для горячих блюд, третий служит для подачи десертов и фруктов, четвер-

тый оформлен как бар и реализует все виды напитков как непосредственно гостям, так и официантам и т.д.

На буфетном приеме посетителей обслуживают индивидуально, так как группы гостей могут приходить на мероприятие в разное время. Официантов прикрепляют к определенным столам, за которые они несут ответственность в течение всего банкета. Официанты следят за чистотой столов, подают гостям напитки по их желанию, меняют пепельницы, а после того как гости уйдут, снова сервируют столы для следующих посетителей. Число официантов рассчитывают исходя из нормы один официант на 12 – 16 посадочных мест. Так как на этом банкете официантам необходимо наливать гостям напитки и по просьбе некоторых гостей подавать блюда «в обнос», квалификация официантов должна быть не ниже IV разряда.

Официанты сервируют обеденные столы по меню банкета за столом с полным обслуживанием (возможны варианты сервировки) на подсобных столах подготавливают запасную посуду, приборы и напитки для гостей. На буфетах выставляют кулинарную продукцию на блюдах и подносах. Перечень наименований кулинарной продукции, подготовленной для банкета, как правило, совпадает с перечнем продукции ресторана, предлагаемой посетителям по меню свободного выбора. На буфетах выставляют икру, рыбные изделия, мясные деликатесы, супы, жаркое, сладкие блюда и др. Горячие изделия подают в шафиндишах (буфетные подогреватели). Для поддержания температуры подачи холодных закусок используют пищевой лед. На буфетах размещают необходимую фарфоровую посуду для индивидуального пользования (тарелки, чашки), а ко всем блюдам прилагают приборы для порционирования.

Такой банкет-буфет можно организовать в любое время дня (завтрак, ланч, праздничный обед, торжественный ужин), а также по различным поводам, например юбилеи, презентации новых блюд, конгрессы, фестивали. Такой буфет может быть закрытым мероприятием для узкого круга лиц (VIP-персон), которые посещают места массовых гуляний, спортивные праздники и другие торжества. Посетителям очень нравятся буфетные приемы, так как они великолепны, а предлагаемая на них еда является произведением кулинарного искусства.

- прием-ужин начинается в 21.00 и позже. От обеда отличается временем его начала и отсутствием в меню первого блюда. Официанты обслуживают гостей в обнос.

- прием-**чай** организуют, как правило, для женщин с 16 до 19 ч.

Чайный вечер «по-русски»: для этого приема для стола подбирают цветные скатерти и салфетки ручной работы. Используют также и цветные тканые салфетки, при этом середину стола покрывают узкой дорожкой, на которую ставят тарелки с бутербродами, кондитерскими изделиями, фруктами. Посуда для каждого потребителя располагается на тканых салфетках. Из приборов необходимы: щипчики для сахара, десертные ножи и вилки, вилки для торта, ножи для фруктов, нож для масла, лопатка для пирожных и торта. К чаю или кофе подают маленькие бутерброды, пирожки, сладкие и соленые печенья, сдобные булочки, кексы, торты. На стол можно поставить коробки шоколадных конфет, сливки или мороженое, лимон и мед.

Сервируется стол следующим образом: на блюде ставится чашка ручкой вправо и за чашку тоже ручкой вправо кладется чайная (или кофейная) ложечка, слева от нее – пирожковая тарелка и десертный нож, если будут предложены поджаренные ломтики хлеба или булки, на которые намазывают масло, мармелад или кладут кусочек сыра. Нож кладут справа от тарелки, лезвием к тарелке, слева от нее – небольшая салфетка. Сливки, сахар, чайник или кофейник ставятся на стол. Блюде держат в левой руке, а правой подносят ко рту чашку. Не принято подавать вторую чашку, пока другие гости не получили первую. Наливая чай в чашки, не следует наполнять их до краев. Уровень должен быть на 1 – 1,5 см ниже края чашки. Чай с вареньем пьют только в России.

Чайный вечер «по-английски» – это традиция пить чай в пять часов (five o'clock tea). Стол накрывают цветной полотняной скатертью и такими же салфетками, уложенными на десертные тарелки конвертиком или невысоким колпаком. У тарелки располагают десертные приборы, в том числе вилку и нож для фруктов, уложенные за рюмками ручкой вправо. Стол сервируется мадерной или ликерной рюмками, а в случае наличия в меню шампанского – бокалом для шампанского. При этом гостю могут предложить действительно только чашку чая: индийского – с молоком, а китайского – с лимоном. Молоко никогда не наливают в пустую чашку, а лишь в наполненную чаем. Возможна подача к чаю подогретых сливок, мармелада, кекса, сдобного печенья, маленьких пирожных и маленьких булочек. После чая гостям можно предложить десертные вина с фруктами, шампанское, шоколадные конфеты, жареные орехи.

Чайный вечер «по-японски» — этот церемониал широко распространен. Чайный ритуал «тядо» (путь чая), «тяно-ю» (чайное действие) передаются как национальная традиция. По японскому способу приготовления чая зеленый или желтый чай заваривают в шарообразных, предварительно прогретых чайниках. Каждому гостю подают собственный чайник и пиалу. Ни сахар, ни варенье, ни мед в чай на Востоке не кладут, редко подают сухие изделия из теста и сухофрукты. У японцев во время чаепития не принято разговаривать.

• Прием **«Бокал вина с сыром»** относительно прост и дешев. Он позволяет устройтелю проявить изобретательность в подборе различных вин и сыров, а гостям дает возможность, начав беседу с обсуждения достоинств пробуемых ими сортов сыра или вин, легко познакомиться друг с другом. Бесферментные сыры, к которым относятся рикотта, творог, подаются специально приготовленными (например, с приправами), или исключаются из меню.

К столу рекомендуются различные сыры:

- мягкие сыры (камамбер, бри, моцарелла и другие);
- полумягкие сыры (эдамский сыр, гауда, рокфор и большинство плавленых сыров являются примерами полумягких сыров);
- твердые сыры (к ним относятся сыр эмменталь, различные варианты чеддера, многие английские сыры, в том числе дерби).

В среднем предусматривают 200 г сыра на одного участника. Данный прием проводится по типу «буфета». Можно предложить гостям не только сыр, но и другие закуски. Сыр лучше класть большими кусками, для резки сыра подают сырные ножи. Сыр должен быть комнатной температуры. К нему предлагаются различные хлебцы. Рядом ставится масло. На столе могут быть также свежие и сухие фрукты, орехи. Можно предусмотреть маринованные овощи, блюда с редисом, оливками. Если ассортимент ограничивается только сыром, то предлагают гостям различные виды паштетов, фаршированные яйца и т. д.

Международная практика, выделяет *три вида приемов*, которые проводятся с *рассадкой за столом*: «Завтрак», «Обед», «Ужин».

На этих приемах гости рассаживаются за столом в соответствии с их специальным статусом или дипломатическим рангом. На официальных завтраках или обедах женщины рассаживаются среди мужчин в зависимости от их ранга или, если женщины присутствуют на приеме не как официальное лицо, то в соответствии с рангом супруга.

Муж женщины, занимающей официальное положение, садится среди мужчин в соответствии с рангом жены, если занимаемое им положение (титул, звание и т. п.) не дают ему право на более почетное место. Места за столом делятся на более почетные и менее почетные. Самое почетное место на мужском приеме – справа от устроителя, а на смешанном приеме, когда присутствуют как мужчины, так и женщины – справа от жены устроителя. Далее идут места слева от супругов устроителей. По мере удаления от устроителей места становятся менее почетными. Главное правило рассадки: на самых почетных местах сидят самые почетные гости. При рассадке за столом придерживаются также следующих правил:

- первыми по правую и левую руку от жены устроителя сажают представителей сильного пола; устроителя окружают дамы. Затем места чередуются: рядом с женщинами сажают мужчин и наоборот;

- женщину не сажают с женщиной и на торцы стола, если там не сидит мужчина;

- мужа никогда не сажают рядом с женой;

- два иностранца из одной страны также не сидят вместе;

- если прием деловой, то последние места за столом занимают сотрудники фирмы-устроителя приема, но не женщины.

Хозяин-устроитель предлагает руку первой даме и первым проходит в столовую. Почетный гость предлагает руку супруге устроителя дома, и они входят последними. Гости занимают свои места после того, как сядет хозяин. Если прием неофициальный, то руку дамам не предлагают. В этом случае супруга устроителя приема сопровождает женщин в столовую, а сам устроитель – мужчин. По окончании завтрака или обеда супруга устроителя встает из-за стола первой.

Чтобы гости без затруднений могли найти свои места за столом, в гостинной у входа в столовую выставляется или вывешивается план-карта стола, в которой указывается место каждого гостя. Кроме этого, на столе у каждого прибора (куверта), обычно на самый высокий бокал или рядом с прибором кладется кувертная карточка с фамилией гостя. Иногда гостю в приглашение вкладывается карточка со схемой стола. Схемы расстановки за столами различных типов – цифры на схемах обозначают места за столом (1 – более почетное, 2, 3, 4 и т. д. – менее почетные). Одинаковыми цифрами обозначаются места, которые занимают супружеские или пришедшие вместе пары. Кроме того могут быть организованы:

- смешанный прием за большим прямоугольным столом;

- смешанный прием за маленьким прямоугольным столом;
- смешанный прием за большим столом в виде буквы «П»;
- смешанный прием за маленьким столом в виде буквы «П»;
- смешанный прием за столом в виде буквы «Т»;
- смешанный прием за круглым столом;
- мужской прием за большим прямоугольным столом;
- мужской прием за маленьким прямоугольным столом (главный гость – напротив хозяина);
- мужской прием за большим столом в виде буквы «П»;
- мужской прием за маленьким столом в виде буквы «П»;
- мужской прием за столом в виде буквы «Т».

Неформальные виды приемов

• **Бранч (Brunch)** – это неформальный вид приема, проводимый между завтраком и ланчем. Прием проходит в выходные дни, и на него часто приглашают друзей с семьями, включая детей. Бранч можно проводить также на выезде. По характеру проведения бранч близок к завтраку или легкому ланчу и состоит из тех же блюд. Можно подать яйца, бекон, сосиски, тушеное мясо, рыбу, блинчики, томаты, приготовленные на гриле, а также булочки, масло, сыр. Предлагаются кофе, чай, соки, прохладительные напитки в большом количестве. Иногда подают вино. Меню и организационные моменты при проведении бранча должны быть по возможности упрощены. При организации данного приема предпочтительно, чтобы буфетный стол или столы были расположены в центре помещения.

• **«Ужин после театра»** организуется после посещения спектакля или концерта с коллегами или друзьями, их приглашают в ресторан на чашку кофе. К кофе можно подать коньяк, виски. Различные виды десертов. Можно пригласить гостей на ужин. Гости должны быть заранее предупреждены о характере приема после театра (ужин или чашка кофе). На ужин предусматривают различные паштеты или копченую рыбу, тушеное мясо с гарниром, десерт.

• **Прием на даче** – это, как правило, завтрак на свежем воздухе, организованный на открытой террасе или в саду. Для приема в саду лучше всего подходит складная или плетеная мебель. Стол накрывают двумя способами: в виде буфета в саду и на веранде. В первом случае скамьи и стулья располагают в саду недалеко от стола. Прием на даче менее официален, чем приемы с рассадкой за столом. Приглашения на такие приемы рассылаются хозяевами за 5-6 дней до выезда на дачу. В приглашении должно быть указано, куда и когда на-

мечается выезд, а также сообщена форма одежды, чтобы гости чувствовали себя комфортно. Пригласить гостей можно и по телефону.

На даче стол накрывают самыми различными скатертями: полосатыми, в клетку, в горошек, цветастыми и просто однотонными, при этом желательно, чтобы цвет скатерти гармонировал с общим колористическим решением дачного помещения, мебели и праздника. На цветной скатерти хорошо смотрятся цветные салфетки геометрической формы, в форме сердца и в форме яблока, которые кладутся под закусочные тарелки. Места гостей за столом разграничиваются яркими цветными лентами, переброшенными через стол поверх скатерти. Вечером хорошо украшать стол большими лампами с цветными абажурами и фонарями на деревьях.

Перед тем как гости сядут за стол, может быть подан томатный сок или овощной коктейль с хрустящим печеньем. На стол заранее ставят куриный салат или салат из омаров и высокие стаканы, наполненные чаем со льдом. Из холодных закусок можно ограничиться бутербродами, несколькими мясными блюдами, овощами. При приеме на даче обычно предусматриваются шашлыки, жареные колбаски или жареные цыплята. Освежительных напитков выставляется достаточно много: квас, компот, лимонад, морс, минеральные воды, соки, холодный кофе или чай. Из кондитерских изделий – сухое печенье, пирожки и пироги. При подготовке приема предусматривают праздничные украшения.

• **Пикник** проводится на открытом воздухе, за городом, в дневное время суток. Блюда готовятся заранее и хорошо упаковываются в корзины, переносные холодильники, коробки. На пикнике можно пользоваться пластиковой посудой. Для пикников используются складные столы и стулья и большие зонты. При проведении пикника следует предусмотреть:

- организацию транспорта: как будут доставляться продукты и добираться гости до места пикника и обратно;
- прогноз погоды.

Для проведения пикника разбивают палатку-шатер или проводят пикник неподалеку от жилья, чтобы в случае непогоды гости могли укрыться от дождя, при этом помещение было достаточно большим. Меню пикника может включать закуски (паштеты, салаты), холодный или горячий суп, основное блюдо (например, говяжья вырезка, запе-

ченная свинина или жареный цыпленок). Блюда могут быть доставлены в термосах. На десерт могут быть поданы фрукты, пирожные.

Пикник проводится в теплое время года, поэтому одежда легкая, летняя.

• **Фондю** – прием проводится вечером и предполагает небольшое количество приглашенных. Во время него гости рассаживаются за столом в центре, которого располагается фондюшница, в традиционном варианте наполненная разогретым сыром, а рядом – кубики хлеба.

Гостю дается специальная вилка, на которую он накалывает хлеб и опускает его в растопленный сыр. После нескольких минут кушанье готово. Кусочек переносится на тарелку и съедается. За ним следует другой. Кроме традиционного фондю, можно предусмотреть их разновидности. Этот вид приема хорошо располагает к дружеской беседе.

• **Шашлык (барбекю)** – неформальный вид приема. Пикники и приемы барбекю стали весьма популярным во многих странах мира, особенно там, где не слишком суровый климат сочетается с преобладанием собственных домов с участками. Проводится этот прием на открытом воздухе, в саду загородного дома, на даче или просто в лесу. На него часто приглашают гостей с семьями. В России для приготовления шашлыка обычно используется говядина, баранина, свинина, которые предварительно маринуются. В некоторых странах несколько иные традиции приготовления мяса на огне. Часто вместо шампуров используется решетка (мангал, решетка для жарки), одновременно могут жариться куски различного вида мяса, курицы, сосиски. Исходный продукт не обязательно маринуется, а иногда просто посыпается специями.

Сам процесс разведения огня и приготовления мяса составляет часть общего ритуала, которым занят хозяин или отдельные работники. Пока готовится мясо, гости имеют возможность хорошо отдохнуть на воздухе. Им в это время предлагаются различные напитки (пиво, вино, кока-кола, минеральная вода, соки), а также соленое печенье, орешки, сырые овощи со сметанным или горчичным соусом. При прохладной погоде за 20 – 30 минут до того, как шашлык будет готов, гостям может быть предложена кружка горячего протертого супа. Приготовленное мясо подается обычно с зеленью и томатным соусом. Можно подать отварные или печеные овощи. На десерт используют свежие фрукты.

Количество приглашенных обычно не слишком велико.

- Дружеский неформальный прием **«Пивной стол»** можно устраивать для любителей пива. Лучше всего использовать деревянный стол, который не покрывается скатертью. Под пивные кружки или бокалы ставят специальные подставки. Пиво не смешивают ни с какими другими напитками. Не рекомендуется смешивать и различные сорта пива, а также взбалтывать или доливать новую порцию в недопитую. Чтобы почувствовать вкус пива, его охлаждают до определенной температуры. Не следует охлаждать напиток слишком быстро в морозильной камере. Пиво теряет свои вкусовые свойства. То же правило относится и к резкому подогреву. Пиво подается обычно при температуре 6 – 8 °С, однако некоторые сорта требуют чуть более высокой температуры. Наливают пиво, слегка наклонив пивной бокал, тогда пена не будет переливаться через край.

К пиву можно рекомендовать разнообразные закуски. В качестве холодных – бутерброды с сыром, икрой, колбасой. Часто подают раков, соленое печенье, сухарики из черного хлеба с солью. Можно предложить и горячие блюда: сосиски или сардельки, свиные ножки. На гарнир – тушеная капуста, горошек, картофель. В России к пиву подают соленую вяленую рыбу. Во многих странах употребление пива с рыбой не принято. Считается, что вкус рыбы перебивает вкус пива. Пиво пьют медленно. Кружками или стаканами с пивом никогда не чокаются.

В последнее время все чаще находят применение комбинированные варианты обслуживания банкетов. **Комбинированный банкет** – вид банкета, который включает два-три банкета, организуемых одновременно. Такие банкеты проводят для участников конференций, совещаний, симпозиумов, фестивалей, презентаций различных фирм, международных ярмарок. Смешанный банкет может проводиться в нескольких залах одновременно. В аванзале встречают гостей, подают аперитив; во втором зале предлагают закуски, блюда, напитки; в третьем – табачные изделия, горячие напитки.

Смешанные банкеты и приемы проводятся в дневное и вечернее время. Продолжительность их 2 – 3 ч. Основные виды смешанных банкетов и приемов:

- коктейль-фуршет;
- фуршет-кофе;
- коктейль-фуршет-кофе;

- банкет за столом с полным обслуживанием официантами – кофе в гостиной;
- дипломатический обед.

Особенность **коктейля-фуршета** – обслуживание большого количества гостей в небольших залах. Этот банкет проводят, как правило, в день открытия симпозиума или международной ярмарки. Гости свободно перемещаются из одного зала в другой и могут прийти на банкет позже назначенного времени и уйти до его окончания, не прощаясь.

Обслуживание гостей осуществляется в двух банкетных залах. Первый зал предназначен для встречи гостей. Он оформляется и накрывается, как зал для приема-коктейль и предусматривает наличие нескольких барных стоек для напитков. В другом зале накрывают один или несколько фуршетных столов, на которых отсутствует стеклянная посуда для напитков. Официанты в подсобном помещении наполняют фужеры, бокалы, рюмки, стаканы напитками, устанавливают их на подносы и предлагают гостям в зале. На фуршетных столах представлен широкий ассортимент холодных закусок, а подачу горячих закусок, десерта, горячих напитков, мучных кондитерских изделий официанты осуществляют так же, как и на приеме-фуршете. Кроме закусочных столов в этом зале, как и в первом, необходимо поставить возле стен и в других удобных местах несколько маленьких столиков с пепельницами и салфетками. Для подачи напитков могут быть оборудованы несколько буфетов-баров. Они могут быть только в первом зале или в обоих.

Прибывшие на банкет гости собираются в первом зале. Здесь их встречают официанты с подносами, которые предлагают напитки, налитые в рюмки, бокалы, стопки в буфете-баре. Официанты обслуживают гостей, подавая им холодные закуски, уложенные на блюда. Методы, техника и организация обслуживания в этом зале те же, что и на банкете-коктейле.

Обслуживание в первом зале продолжается 30 – 45 мин, после чего метрдотель или главный устроитель банкета приглашает гостей перейти во второй зал к закусочному столу.

Закусочный стол к этому времени должен быть полностью подготовлен: поставлены холодные и горячие закуски, соусы, овощи, фрукты, хлеб, выпечные изделия. В каждое блюдо должны быть положены приборы для раскладки и т. д.

Как только гостей пригласили к столу, официанты переходят во второй зал и начинают обслуживать гостей у стола: раскладывают и помогают взять закуски, овощи, убирают со стола и уносят из зала использованную посуду и приборы, пополняют стол чистой посудой, уносят освободившиеся блюда из-под кулинарной продукции и т. п. На таком банкете ассортимент предлагаемых изделий постоянно пополняется.

В то время как часть официантов обслуживает гостей у закусочного стола, официанты, подающие вина, подготовив подносы с напитками в буфете-баре, обносят ими гостей. В конце подобных банкетов официанты подают десерт, чай, кофе. Для этого освобождают часть закусочного стола или один из закусочных столов. На подготовленный фуршетный стол ставят чистую десертную посуду, приборы, чайные и кофейные чашки. На стол подают торты, пирожные, десерт на блюдах и в креманках. Кофе, чай подают в специальных термосах. Такое же обслуживание можно организовать и в одном зале.

Коктейль-фуршет можно проводить в одном зале. Тогда в банкетном зале устанавливают несколько барных стоек или столов с напитками и стеклом и несколько фуршетных столов: с рыбными закусками; с закусками из мяса, птицы, дичи и овощей; десертный стол; стол для горячих напитков и мучных кондитерских изделий. Стекланную посуду и бутылки с напитками на фуршетные столы не ставят, официанты предлагают гостям напитки с подноса.

Банкет *фуршет-кофе* организуют, как правило, в одном зале, в центре которого накрывают фуршетные столы в одну-две линии, буквами Т, П, Ш, накрывают также, как и на приеме-фуршете. Вдоль стен устанавливают прямоугольные, круглые или овальные фуршетные столы с фруктами в вазах, с пирожными и тортами на вазах плато, пирожными в фарфоровых вазах на низкой ножке, печеньем в вазочках, шоколадным ассорти. Стопки десертных тарелок для нарезанных фруктов располагают рядом с вазами; стопки пирожковых тарелок и лопатки для торта и пирожных – рядом с вазами плато.

Кофейные чашки с блюдцами и кофейными ложками ставят по краям стола группами или треугольниками по 10 – 15 шт., сахар – в креманках со щипцами рядом с чашками. По просьбе гостей официанты приносят чай в заварном и доливном чайниках, установленных на поднос вместе с чайными чашками, блюдцами и чайными ложками.

Банкет коктейль-фуршет-кофе. Банкет организуют в нескольких залах. Гости собираются в первом зале, где официанты предлагают напитки, налитые в рюмки, бокалы, фужеры и стаканы. Холодные закуски (бутерброды канапе, расстегаи, маленькие пирожки, волованы с ветчинным муссом и др.) подают на круглых фарфоровых блюдах. Обслуживание в этом зале аналогично приему коктейль. Продолжительность обслуживания 30 – 45 мин.

Затем гостей приглашают в другой зал к фуршетным столам, которые сервируют так же, как и для приема-фуршета. На столах размещают холодные закуски, приготовленные в целом виде, нарезанные небольшими кусочками (рыбные, мясные, из птицы, овощные). Официанты обносят гостей напитками и подают им горячие закуски в кокотницах или кокильницах (рыба, запеченная в раковине, жульен из птицы, грибы в сметанном соусе) с подноса. Вторые блюда официанты подают на овальных металлических блюдах. Затем официант предлагает гостям десерт. Продолжительность обслуживания в этом зале 45 – 60 мин.

В залах гости едят и пьют стоя, затем их приглашают в третий зал, где установлены небольшие круглые или овальные столики, за которыми гости пьют кофе, сидя на диванах. Одни официанты предлагают гостям с подноса кофе, налитый в чашки, другие – коньяк в коньячных рюмках. Продолжительность обслуживания в зале 15 – 20 мин.

Банкет за столом с полным обслуживанием официантами – **кофе в гостиной**. В зале устанавливают банкетные столы, рассадка гостей за которыми и очередность их обслуживания определяются протоколом. Официанты предлагают гостям за столом прохладительные и алкогольные напитки, холодные и горячие закуски, первые и вторые горячие блюда, десерт, используя французский метод обслуживания. Затем гости переходят в другой зал, где им предлагают табачные изделия. На небольших столиках размещают сигареты, сигары, секаторы для них, пепельницы, зажигалки. За другими журнальными прямоугольными столами, покрытыми строгими скатертями с геометрическим рисунком, официанты предлагают гостям кофе черный, кофе капучино, кофе по-восточному. Кофе черный можно подавать в серебряном кофейнике. Официанты заворачивают кофейники в холщовые салфетки и наливают кофе гостям.

Комбинированными являются официальные *дипломатические приемы-обеда*, которые, как правило, начинаются подачей аперитива гостям. Аперитив подают в отдельном зале, где ожидают прибытия большинства гостей. Обслуживают гостей в этом зале по технологии банкета-коктейля. Официанты встречают гостей с подносами, на которых подготовлены рюмки с водкой, соки в стаканах, шампанское. В зале может быть оборудован бар, где желающим приготовят коктейли и другие напитки по заказу. Кроме напитков официанты подают гостям легкие закуски – канапе, орешки, соленое печенье. Через 30 – 40 мин участников приема приглашают пройти в другой зал, где накрыты столы для банкета с полным обслуживанием официантами.

Меню дипломатического обеда за столом составляют согласно общепринятой классической последовательности сервировки блюд:

1. Холодные закуски.
2. Супы.
3. Горячие закуски.
4. Блюда из рыбы и других морепродуктов.
5. Напитки со льдом (сорбет).
6. Основные виды горячих блюд из мяса.
7. Сыры.
8. Десерт.

Подачу кофе на дипломатическом приеме организуют в зале, оформленном коврами и мягкой мебелью. В этом зале заранее ставят круглые или овальные столы, которые сервируют десертными тарелками, десертными приборами, полотняными салфетками малого размера и пепельницами. В центре каждого кофейного стола ставят фрукты, пирожные, конфеты, сахар. Кофейные столы сервируют кофейными чашками и коньячными рюмками. Бутылки с коньяком можно заранее поставить на столы, предварительно протерев и откупорив каждую. Ликерные рюмки на стол не ставят. Они находятся на подсобном столе, их подадут на стол, если гость изъявит желание выпить ликер.

В кофейный зал гостей приглашают после подачи десерта за банкетным столом, после того как выпито шампанское и провозглашен последний тост. В кофейном зале гости ведут себя свободно и непринужденно. Они могут произвольно занимать места за столами исходя из своих личных интересов. Таким образом, официальная часть

приема плавно переходит в неофициальную. После того как гости сели за столы, одни официанты начинают обслуживать гостей, предлагая им коньяки и ликеры в ассортименте, другие, получив на раздаче кофейники, наливают кофе в чашки, стоящие перед гостями.

Если гость пожелает выпить чаю, его кофейную чашку со стола убирают. Чай подают в чайной чашке. На блюде кладут чайную ложку. Лимон к чаю подают в розетке. К кофе или чаю можно подать молоко или сливки.

При подаче кофе каждому гостю официант берет кофейник за ручку, которая обернута салфеткой так, чтобы ее верхний конец был свободен и находился на крышке кофейника. Кофе наливают с правой стороны правой рукой, при этом левой рукой официант придерживает крышку кофейника свободным концом салфетки и, продвигаясь вдоль стола справа налево, наливает каждому гостю кофе в его кофейную чашку.

Официант может наливать кофе другим способом. Например, он держит кофейник в правой руке и, подойдя к гостю с левой стороны, забирает кофейную чашку гостя вместе с блюдцем левой рукой. За спиной гостя официант наливает кофе в чашку из кофейника и ставит наполненную чашку перед гостем с левой стороны левой рукой. Далее официант переходит к следующему гостю, двигаясь вокруг стола слева направо против часовой стрелки. Этот же способ официант может использовать, держа кофейник в левой руке. Но продвижение вдоль стола в этом случае будет в противоположном направлении, т.е. по часовой стрелке.

Технология подачи ликеров в кофейном зале состоит из нескольких операций. Один официант берет поднос с ассортиментом ликеров (обычно 2 – 3 наименования) и ликерными рюмками, подходит к столу и останавливается перед гостями. Другой официант, идущий следом с маленьким подносом в руке, обращается к каждому гостю, предлагая продегустировать представленные на подносе первого официанта ликеры. Получив согласие одного из гостей, второй официант ставит на маленький поднос ликерную рюмку, наливает в нее выбранный напиток и, поставив бутылку на поднос первому официанту, подает ликер гостю в ликерной рюмке на маленьком подносе.

Официант может с согласия гостя доливать кофе из кофейника в опустевшую кофейную чашку. Это не противоречит этикету. Чай в освободившуюся чашку, если в ней есть лимон, доливать нельзя.

Использованную чайную чашку убирают со стола, а гостю подают чай в новой чашке.

Официанты, обслуживающие гостей в кофейном зале, следят за порядком на столах, меняют пепельницы, убирают использованные и ненужные предметы.

Во время пребывания гостей в кофейном зале официанты могут предложить присутствующим минеральную воду, для чего необходимо дополнить сервировку столов фужерами.

При проведении смешанных банкетов в разных залах используют различные виды освещения: в аванзале – местное, приглушенное, с помощью бра, торшеров, настольных светильников с галогенными лампами; в банкетных залах освещение должно быть более ярким, что достигается использованием люстр и канделябров со свечами на фуршетных столах; в гостиных – местное, неяркое освещение достигается с помощью свечей в подсвечниках или вазочек с плавающими свечами.

Оформление интерьеров во всех залах решено по-разному за счет использования разных по цвету и форме штор; декоративных настенных украшений (панно, картин), ковровых покрытий. Разнообразная цветовая гамма юбок для фуршетных, барных, десертных и кофейных столов придает каждому залу изысканность стиля. Для сервировки столов и подачи блюд, напитков в залах используют посуду, отличающуюся по цвету и форме.

Оснащение аванзалов, банкетных залов и гостиных мебелью различных видов способствует созданию оригинального интерьера.

4.4. Прогрессивные формы обслуживания

К прогрессивным формам обслуживания относят:

- тематические буфеты;
- шведский стол;
- зал-экспресс;
- стол-экспресс;
- бизнес-ланч;
- воскресный бранч;
- презентацию;

- кофе-брейк;
- счастливый час (Happy hour);
- русский стол;
- линер (*Linner*);
- динер (*Dinner*);
- кейтеринг;
- приготовление блюд в присутствии посетителей.

Такие виды обслуживания способствуют повышению культуры обслуживания, увеличению объема предоставляемых услуг, росту реализации продукции собственного производства.

Современные ресторанные технологии предлагают **тематические буфеты**, которые позволяют обеспечить максимум сервисных услуг гостям и дают им возможность попробовать большое количество деликатесов и блюд из сравнительно дорогих продуктов. Рассмотрим некоторые из них.

Обслуживание в виде **шведского стола** организуют для деловых людей, которым необходимо обеспечить быстрое обслуживание в ресторане. В первую очередь такая форма обслуживания оказалась удобной для организации подачи завтраков в гостиницах. В среднем на завтрак гости тратят 15 – 20 мин, на обед – 30 – 40 мин.

Непременным условием «шведского стола» является фиксированность времени пребывания посетителя в зале. Поэтому эта форма обслуживания нашла такое широкое применение в туристических гостиницах и отелях. Ведь клиент гостиницы, оплачивая проживание, автоматически оплачивает завтрак в ресторане при гостинице. Используя «шведский стол», можно за ограниченный отрезок времени (как правило, с 8 до 10 ч) в небольшом банкетном зале накормить завтраками всех проживающих.

Время на получение и прием пищи во время завтрака по типу «шведского стола» в среднем на одного гостя составляет 20 – 30 мин. При обслуживании по типу «шведский стол» посетителям не приходится ждать, когда официанты принесут заказанные блюда и подадут счет. Посетители выбирают блюда по своему вкусу, самостоятельно обеспечивают себя всем необходимым для завтрака, при этом имеют возможность уютно устроиться за столом.

Шведский стол организуют по типу самообслуживания. Официанты только подают к столу напитки и убирают использованную посуду.

Для организации шведского стола в ресторане выделяют отдельный зал или часть зала. На видном месте вывешивают объявление о режиме работы шведского стола, о стоимости завтрака, обеда и ужина, об ассортименте продукции на шведском столе. Шведский стол располагают в центре зала или вдоль стен рядом с входом в зал.

Для организации шведского стола используется специальное торгово-технологическое оборудование различных зарубежных и отечественных фирм, в состав которого входят:

- прилавков для подносов;
- охлаждаемый прилавок для холодных и сладких блюд;
- прилавки-мармиты для супов и основных горячих блюд;
- прилавков для горячих напитков;
- тележки с выжимными устройствами;
- прилавков для столовых приборов и др.

Шведский стол можно составить из специальных складных столов высотой 75 – 90 см, шириной 150 – 200 см (длина одной линии 300 – 400 см) или прямоугольных (квадратных) столов. Чтобы увеличить полезную площадь стола, можно использовать дополнительный элемент – горку.

Стол покрывают белой или цветной скатертью, которую опускают почти до пола (как фуршетный стол).

Для организации «шведского стола» в банкетном зале недалеко от прохода на производство ставят фуршетные столы, образуя с их помощью линию раздачи. В остальной части зала расставляют обеденные столы и стулья. Линия раздачи оформляется скатертями и «юбками» и сервируется как односторонний фуршетный стол. Обеденные столы накрывают скатертями и оформляют пепельницами, наборами специй, цветами и вазочками с бумажными салфетками.

Основой шведского стола являются охлаждаемые прилавки отдельно для холодных закусок и салатов (салат-бар). Прилавки, в которых на колотом льду хранятся емкости с салатами и другими холодными закусками, устроены так, что в них постоянно циркулирует холодный воздух, всасываясь с одной стороны и выходя с другой. Холодные блюда подаются на мельхиоровых, металлических и фарфоровых блюдах, салаты в салатниках из прозрачного стекла. Блюда должны быть красиво оформлены. В декоративных целях используется кудрявая капуста (гренок), дольки лимона, маслины, оливки, зеленый лук, веточки укропа, листья салата, дольки помидоров и огурцов и др. Рядом с холодными блюдами на лед укладывают свежие

овощи (красные и желтые плоды сладкого перца целиком, редис и др.), что придает охлаждаемому прилавку и салат-бару эстетически привлекательный вид. На все блюда с кулинарными изделиями официанты кладут соответствующие приборы для раскладки – ложки и вилки столовые, чайные ложки, лопатки, щипцы. Над охлаждаемым прилавком со льдом и холодными закусками расположены две полки: нижняя – с солеными и маринованными овощами и грибами в прозрачных многопорционных салатниках, под которые стелют полотняные салфетки, и верхняя полка, на которой можно разместить продукты, не требующие охлаждения: хлеб, соусы, специи.

Для приготовления яичницы-глазуньи, омлетов используют передвижную тележку со встроенной плитой. Блюда из яиц должны приготавливаться только тогда, когда их закажут, и подаваться гостям горячими. Для подогрева супов, вторых блюд, гарниров используют мармиты, рядом с которыми устанавливают передвижные тележки для подогрева тарелок.

При отсутствии специального оборудования устанавливают фуршетный стол длиной 3 – 4 м, который накрывают скатертью-юбкой. На стол ставят вазы-супницы, шафинг-диши для горячих блюд, рядом размещают бульонные чашки группами и блюда стопками, мелкие столовые тарелки – стопками по 8 – 10 шт. в каждой для вторых горячих блюд. Перед вазами-супницами и шафинг-диш на стол ставят пирожковые тарелки, на которые кладут разливательные ложки для супа, столовые ложки для соусных блюд (углублением вниз), а также плетеную корзинку с полотняной салфеткой, на которую кладут хлеб и булочки. На завтрак на стол ставят мармит для подогрева яиц, в который вмонтированы пашотницы из огнеупорного материала и тостер.

Ассортимент, продукции шведского стола зависит от времени обслуживания (завтрак, обед, ужин) и включает разнообразные закуски и блюда, что позволяет гостю составить рацион с учетом индивидуальных особенностей. Сервируя шведский стол, следует использовать современные большие по диаметру тарелки, что дает возможность гостю красиво расположить закуски на тарелке.

Ассортимент горячих блюд следует менять по дням недели, проводить недели национальной кухни (русской, грузинской, молдавской и др.).

В меню завтрака рекомендуется включать холодные закуски – 12 – 15 наименований; кисломолочные продукты – 5 – 6; горячие

блюда – 6 – 8; cereals (сухой завтрак) – 4 – 5; один вид мюсли; соусы и масло растительное, оливковое; сладкие блюда и фрукты – 5 – 6; горячие напитки – 4 – 5; холодные напитки – 4 – 5; мучные кондитерские изделия – 4 – 5; хлеб ржаной и пшеничный.

Ниже приводится примерное меню шведского стола (завтрак):

- масло сливочное;
- ветчина формовая;
- окорок;
- колбаса вареная докторская;
- колбаса сырокопченая;
- огурцы и помидоры натуральные;
- салат зеленый;
- салат витаминный;
- закуска свекольная с орехами;
- салат из моркови;
- оливки;
- лимон;
- сыр в ассортименте;
- брынза;
- молоко;
- йогурты в ассортименте;
- cereals (хлопья кукурузные, геркулесовые и др.), мюсли;
- котлеты рыбные;
- сосиски молочные;
- котлеты пожарские;
- яичница с ветчиной;
- омлет с беконом;
- блины с маслом;
- соусы: майонез, томатный, кетчуп;
- масло растительное, оливковое;
- блинчики с вареньем;
- салат фруктовый;
- яблоки;
- апельсины;
- джем, мед, мармелад фасованные;
- кофе черный;
- чай фасованный;
- чай ароматный фасованный в ассортименте;
- соки: грейпфрутовый, апельсиновый, томатный, яблочный;

- крендель;
- булочка с орехами;
- слойка с марципаном;
- хлеб ржаной, пшеничный;
- тосты.

В обеденное время в меню шведского стола включают 12 – 16 наименований холодных блюд и закусок, 2 – 3 первых блюда, 4 – 6 вторых блюд, соусы, десерт (желе, компот, фрукты), мучные кондитерские изделия, горячие напитки, соки и фирменные напитки.

Минимальный набор холодных напитков на шведском столе должен включать: свежавыжатые апельсиновый и грейпфрутовый соки; два вида других соков высшего качества; минеральную воду с газом и без газа; молоко цельное и обезжиренное для сухих завтраков.

Кофе должен быть смолотым не более чем за 30 мин до употребления. В ассортименте ресторана при пятизвездочном отеле должны быть следующие горячие напитки: кофе черный, кофе без кофеина, капучино, с молоком, сливками (в индивидуальной упаковке), чай цейлонский, индийский, английский.

Ниже приводится примерное меню шведского стола (обед).

Холодные закуски

Масло сливочное;

Розочки из копченой и маринованной лосося;

Осетрина холодного и горячего копчения с лимоном и свежей зеленью;

Канapé с зернистой и кетовой икрой в яйце;

Деликатесная мясная гастрономия: салями в перце и миланская, пармский окорок;

Сыры в ассортименте.

Салаты

Зеленый листовой салат, огурцы свежие, сладкий перец;

Помидоры свежие;

Салат из морепродуктов;

Креветочный салат;

Салат мясной;

Салат куриный с манго;

Салат картофельный;

Салат овощной, грибной, соленья;

Маслины, оливки;

Заправки: итальянская, французская, винегрет.

Супы

Бульон с пирожком;

Суп-пюре из картофеля с луком-пореем;

Борщ сибирский.

Вторые горячие блюда

Жареное филе морского языка на икорном соусе;

Жареные говяжьи медальоны на соусе из дижонской горчицы;

Жареная утиная грудка на цитрусовом соусе;

Баранье рагу по-ирландски, тушенное в пиве;

Картофель, запеченный в сливках, жареный рис, паровые овощи.

Десерт

Компот из чернослива;

Кисель из клюквы со взбитыми сливками;

Свежие фрукты в вазе;

Ломтики свежих фруктов.

Мучные кондитерские изделия

Птифуры;

Пирожные в ассортименте;

Свежевыпеченные булочки.

Напитки

Кофе черный (с кофеином и без него);

Кофе капучино;

Кофе с молоком;

Кофе со сливками;

Чай в ассортименте;

Минеральная вода;

Соки: апельсиновый, грейпфрутовый, яблочный, вишневый;

Напиток брусничный.

Хлеб должен быть нарезан кусочками: ржаной и пшеничный массой по 30 и 20 г, национальные и диетические виды хлеба (лаваш, калач, булочки с отрубями и др.) выпекают массой не более 100 г.

Закуски, блюда и изделия расставляют на шведском столе в следующем порядке: соки, прохладительные напитки (желательно на отдельном фуршетном столе у входа в зал), молочные продукты, масло, салаты и винегреты – в салат-баре; холодные блюда из рыбы, мяса, субпродуктов, птицы – в охлаждаемом прилавке; горячие закуски из яиц приготавливают на тележке со встроенной плитой; затем на отдельном фуршетном столе размещают первые блюда в супницах

и вторые блюда в шафинг-диш. Корзинки с обычными и национальными видами хлеба следует размещать в конце линии, чтобы гости могли взять его с учетом выбранных блюд.

Для десерта, мучных кондитерских изделий, горячих напитков можно организовать отдельный фуршетный стол, на котором устанавливают мелкие десертные тарелки стопками по 8 – 10 шт., чайные чашки с блюдцами – группами по 10 – 15 шт., чайные ложки располагают на скатерти веером. Пирожные укладывают на вазу плато с резной бумажной салфеткой или серебряное блюдо, которое сверху закрывают прозрачным колпаком, булочные изделия располагают в низких фарфоровых вазах, пироги на серебряных или фарфоровых блюдах, рядом лопатка на пирожковой тарелке. Самовар ставят на стол на серебряном подносе. Рядом ставят кофеварку, сахарницу, варенье, мед в вазочках, 1 – 2 стопки (по 6 шт.) розеток.

Предварительная сервировка столов зависит от вида обслуживания: завтрак или обед. К завтраку столы сервируют пирожковыми тарелками, закусочными приборами, чайными ложками, фужерами, полотняными салфетками, приборами со специями, вазочками с цветами. На стол ставят кувшин со льдом на закусочную тарелку с полотняной салфеткой, сложенной лотосом. К обеду столы дополнительно сервируют столовыми приборами (ножами, вилками, ложками).

Перед входом в зал клиент оплачивает в кассе стоимость завтрака (если она не была включена в стоимость проживания в гостинице) или обеда. Получив кассовый чек, он передает его администратору, который надрывает чек. Гость подходит к охлаждаемому прилавку салат-бара, берет закусочную тарелку из стопки тарелок, стоящей рядом с прилавком, и кладет на нее выбранные закуски, салаты, садится за подготовленный обеденный стол. Съев закуски, гость вновь подходит к соответствующим секциям шведского стола и повар приготавливает ему яичницу-глазунью или другую горячую закуску, наливает суп. При следующем подходе к шведскому столу гость сам выбирает, а повар порционирует основное горячее блюдо, гарнир, соус. Затем гость направляется к десертному столу, а официант в это время собирает использованную посуду, подготавливает стол к подаче десерта. Заканчивается завтрак или обед горячим напитком (чай или кофе) и выпечными изделиями.

В зале ресторана организуют продажу за наличный расчет напитков, кондитерских и табачных изделий с тележек или через барную стойку.

Для проведения «шведского стола» нужно минимальное количество обслуживающего персонала. Необходим один администратор на входе в зал, где организовано питание, проверяющий талоны, чеки или приглашения, и несколько официантов самой низкой квалификации, которые убирают со столов использованную посуду. Обслуживают шведский стол бригады поваров и официантов во главе с бригадиром. Количество официантов определяется из расчета 1 официант на 30 посадочных мест. Бригады работают через день или через два дня. Обязанности членов бригады четко распределены: один повар доставляет в зал холодные блюда, салаты и следит за тем, чтобы ассортимент их выдерживался в течение завтрака или обеда, другой повар приготавливает яичницу-глазунью, порционирует суп, третий повар отпускает второе горячее блюдо, официанты сервируют десертный стол и следят за его пополнением, производят сервировку и уборку обеденных столов, подачу горячих напитков. Кофе официанты подают либо в фарфоровых или серебряных чайниках на две порции, или в большом серебряном чайнике. Чай готовят в индивидуальных фарфоровых или серебряных чайниках (с ситечком, если заваривается листовый чай).

Зал-экспресс организуется в ресторанах для ускорения обслуживания потребителей, ограниченных обеденным перерывом. Такой зал имеет небольшое количество посадочных мест (от 40 до 50), которые обслуживаются бригадой из четырех человек. Меню представляет собой комплексный обед, состоящий из четырех блюд: холодной закуски, супа, основного горячего и десерта. Стоимость хлеба включается в цену обеда. Ко времени обеда все столы в зале-экспрессе должны быть подготовлены к приему потребителей. Сервировка столов к завтраку, обеду или ужину должна быть минимальной: состоит из пирожковой тарелки, столовых приборов, фужеров. На каждый стол кладут меню. Официанты доставляют в зал продукцию кухни в посуде подачи гостям на двухъярусных тележках или подносах. На нижнем ярусе располагают использованную посуду и приборы, на верхнем – блюда. Если официанты приносят блюда в зал на подносах, то последние ставят на подсобный стол или сервант, убирают использованную посуду и приборы, а затем подают блюда европейским методом. Как только потребители сядут за стол, официант ставит закуску, сладкое (могут быть поставлены заранее), затем приносит суп, за ним – основное горячее блюдо и десерт. Обычно на такой обед потребитель затрачивает 15 – 20 мин. Стандартная стоимость обеда облегчает

и ускоряет расчет потребителя с официантом. Расчет может быть произведен и по кассовому чеку, который выдается после оплаты.

Стол-экспресс организуют в залах ресторанов при гостиницах, на железнодорожных станциях, в аэропортах. В период с 8 до 11 ч пассажирам предлагают два вида европейских завтраков одинаковой стоимости, а с 11 до 15 ч – экспресс-обеда также двух видов. Стол-экспресс рассчитан на 20 человек, имеет круглую форму, с поворотной центральной частью, на которой устанавливаются разнообразные закуски, блюда, кулинарные кондитерские изделия, соки, напитки. Потребители, сев за стол, поворачивают за ручку центральную поворотную часть и выбирают необходимые блюда. Горячие напитки подает официант, после чего он рассчитывается с потребителями.

Бизнес-ланч – деловой обед в ресторане, который предусматривает быстрое обслуживание потребителей в определенное время (с 12 до 16 ч) по более низким ценам по сравнению с меню а ля карт. Бизнес-ланчи проводятся ежедневно, кроме субботы и воскресенья.

Выбор блюд в меню должен быть достаточным для удовлетворения потребностей гостей. В меню бизнес-ланча включаются блюда несложного приготовления. Минимальный перечень блюд в меню: две холодные закуски, горячая закуска и суп дня, три горячих блюда из рыбы, мяса и домашней птицы, одно вегетарианское блюдо, одно-два блюда дня (фирменные блюда от шеф-повара), которые будут меняться каждый день, три десерта. Гость выбирает из этого перечня три блюда: холодную или горячую закуску и суп дня, горячее блюдо, десерт. Стоимость бизнес-ланча в ресторане заранее определена, в нее входит также кофе или чай.

Для ускорения обслуживания официанты подают блюда заранее порционированными в индивидуальную посуду каждого гостя европейским методом. Карту вин предлагают гостям, если они будут дополнительно заказывать прохладительные и алкогольные напитки. В некоторых ресторанах в состав бизнес-ланча включают безалкогольный напиток и бокал вина или пива (на выбор).

В качестве аперитива гостям предлагают: вермут, Кампари, Дюбонне; диджестивы – коньяк, арманьяк, кальвадос. Наряду с картой вин гостям предлагают карту коктейлей, в которую включены в широком ассортименте безалкогольные коктейли (молочные и фруктовые), напитки со льдом, а в зимнее время горячие (гrog, глинтвейн, пунш, сбитень), а также коктейли-аперитивы и диджестивы.

Для участников деловых переговоров, бизнесменов можно накрыть *стол без галстуков*.

Сервировка стола для бизнес-ланча выполнена мелкими столовыми, закусочными и пирожковыми тарелками, столовыми приборами, фужерами и бокалами для вина, полотняными и бумажными салфетками. На стол ставят вазочку с цветами, а также письменный прибор, на котором размещают подставку с меню бизнес-ланча. На приставном столе – небольшой поднос с туркой, кофейными чашками с блюдцами, стаканами с водой, если гости заказали кофе по-восточному, рюмки для коньяка.

Воскресный бранч. Рестораны в субботние, воскресные и праздничные дни организуют обслуживание гостей обедами, на которые приходят семьями, с друзьями. Обслуживание осуществляется по типу шведского стола с широким ассортиментом холодных блюд и закусок, супов, вторых горячих блюд, приготовленных в горшочках, запеченных на сковороде, на решетке гриля, прохладительных напитков. Сладкие блюда, горячие напитки и мучные кондитерские изделия гостям предлагают отдельно на чайном и десертном шведских столах. Если в эти дни в ресторане проводится дегустация вин, то в стоимость бранча обязательно включается бокал вина или шампанского. Воскресные бранчи могут иметь различную тематическую направленность: морскую, охотничью, национальную (грузинская, молдавская, украинская и другие кухни).

Сервировка столов к обеду минимальна (пирожковая тарелка, столовый и закусочный приборы, фужер и полотняная салфетка). Количество подходов к шведскому столу не ограничено. Официанты производят досервировку стола приборами и стеклянной посудой. Гости обслуживают себя сами. Официанты помогают им в выборе и порционировании блюд, доставке их к столу, уборке посуды. Как правило, предусматриваются билеты для детей до 12 лет по более низкой цене. Одним из видов услуг, предлагаемых потребителям на предприятиях общественного питания является проведение аукционов кулинарных и кондитерских изделий, а также презентаций. Специальная комиссия тщательно отбирает и составляет перечень изделий, рекомендуемых к продаже с аукциона, и присваивает им порядковые номера. Цена на каждое изделие (начальная цена аукционного торга) устанавливается заранее. Примерно за час до открытия аукциона проводится демонстрация кулинарных и кондитерских изде-

лий. По условиям аукциона изделие приобретает тот, кто предложил наивысшую цену.

Презентации устраиваются по самым разнообразным поводам: открытие выставки, университета, колледжа, основание фирмы или банка, дегустация вин и т.д. Презентация – это повод для приглашения спонсоров, предпринимателей, банкиров, представителей различных фирм для установления новых деловых контактов. Список лиц, приглашенных на презентацию, определяется заранее, им рассылают приглашения.

Кофе-брейк (или кофе-пауза) организуют в ресторанах для быстрого обслуживания участников совещаний, конференций, деловых переговоров. Прямоугольные или круглые столы накрывают цветными скатертями-юбками, как на фуршете. Гости едят и пьют стоя.

В меню кофе-брейка включают пирожные, пирожки, сладкие и соленые печенья, сдобные булочки, канапе с сыром и со свежими фруктами, лимон, сливки, кофе. Из прохладительных напитков – минеральную воду, соки.

Стол сервируют следующим образом. По периметру стола устанавливают кофейные чашки с блюдцами и кладут кофейные ложки. Учитывая, что некоторые гости пьют чай, несколько кофейных чашек заменяют чайными. Рядом с ними располагают чайные ложки. По центру стола размещают вазу плато с пирожными и десертной лопаткой на пирожковой тарелке, низкие фарфоровые вазы с пирожками, блюда с канапе, вазы с ассорти из домашнего печенья. Ближе к чашкам ставят сахар в вазочке на пирожковой тарелке с резной бумажной салфеткой и щипцами, лоток с лимоном и двухрожковой вилкой для раскладки, стопки мелких десертных тарелок по 8 – 10 шт. Сливки в сливочнике, кофейник на закусочной тарелке с полотняной салфеткой, сложенной тюльпаном, ставят на стол за несколько минут до перерыва.

Гости подходят к столу, официанты предлагают им кофе или чай и наливают горячие напитки, придерживая крышку кофейника или чайника ручником. Можно использовать чай или кофе в одноразовой упаковке, тогда на подсобный стол ставят термос с кипятком или самовар на хромированном или расписном подносе.

Счастливый час (*Happy hour*) – это вид обслуживания, организуемый в ресторане по пятницам с 17 до 19 ч по меню а ля карт со скидкой на напитки до 50 %.

При организации *русского стола* за круглым столом одновременно могут разместиться 20 человек. Он состоит из двух поверхностей разного диаметра и вращается при помощи ручек. Нижняя неподвижная поверхность находится на расстоянии 10 см от верхней; и шире ее на 35 – 40 см. На вращающуюся часть ставят холодные блюда и закуски, сладкие блюда, мучные кондитерские изделия, прохладительные напитки, соки. Неподвижную часть стола сервируют тарелками, приборами, фужерами. Потребители садятся за стол, поворачивают ручку вращающейся части стола и самостоятельно порционируют блюда.

Линер (Linner) – это услуга, предоставляемая гостям, проживающим в гостинице, которые ввиду различных причин опоздали на бизнес-ланч. Линер предусматривает наличие шведского стола. Тематический линер проводится по воскресным дням с 14 до 19 часов. Стоимость линера заранее оговорена, в нее включают бокал шампанского или бокал красного (белого) вина, прохладительные напитки, соки, минеральную и фруктовую воду.

Динер (Dinner) – ужин для проживающих в гостинице.

К современным видам обслуживания в ресторанном бизнесе относится организация выездного обслуживания по системе *кейтеринг*.

Термин «кейтеринг» (от англ. *catering* – общественное питание, *ceter* – поставлять продукцию, обслуживать потребителя) обозначает действия работника или предприятия, поставляющего продукты питания, напитки, посуду и все необходимое для организации приема, банкета вне ресторана или обслуживания спортивных игр и других крупных зрелищных мероприятий.

Существуют следующие виды кейтеринга:

- в помещении;
- вне ресторана;
- социальный;
- разъездной (по контракту на поставку продукции);
- розничная продажа;
- VIP-кейтеринг.

Кейтеринг в помещении имеет много общего с ресторанным обслуживанием. Заказчику сервисных услуг (фирме) предлагают оборудованные помещения для проведения различных мероприятий. Это могут быть аванзалы, банкетные залы для проведения комбинированных приемов, кухня для подготовки продуктов и приготовления блюд, помещение с холодильными шкапами для хранения продуктов

и оборудованием (посудомоечные машины, ванны для санитарной обработки посуды); помещения для хранения напитков, столовой посуды и приборов, столового белья, аксессуаров, необходимых для оформления столов и залов.

Кейтеринг вне ресторана наиболее популярен в индустрии питания. Он предусматривает обслуживание на территории заказчика в соответствии с его требованиями. Характерным примером является деятельность ресторанов выездного обслуживания по организации приемов, банкетов в здании фирмы, на загородной даче, в квартире и т. д.

При организации банкета или презентации вне ресторана с заказчиком согласовывают:

- характер банкета, количество и состав участников;
- время начала банкета и его продолжительность;
- меню и карту вин;
- состав помещений и схему расстановки столов.

Социальный кейтеринг заключается в предоставлении услуг по приготовлению блюд для проведения общественного мероприятия. Основное отличие этого вида кейтеринга состоит в том, что процесс приготовления блюд происходит на территории и оборудовании заказчика и под его контролем. Потребитель и исполнитель услуг социального кейтеринга (предприятие общественного питания или индивидуальный предприниматель) заранее согласовывают дату, меню, особенности сервировки столов и обслуживания гостей. В обязанности предприятия общественного питания (или индивидуального предпринимателя) входит также уборка помещения после проведения мероприятия.

Услугами социального кейтеринга пользуются при организации семейных торжеств с небольшим количеством приглашенных (от 10 до 50 человек).

Разъездной кейтеринг – это доставка полуфабрикатов на строительные и съемочные площадки, в офисы, где требуется обеспечить питанием группы людей. Для приготовления пищи из полуфабрикатов на территории заказчика предприятию общественного питания – исполнителю услуги требуется специализированное передвижное оборудование. Поэтому этот вид кейтеринга связан со значительными финансовыми затратами.

Розничная продажа готовой кулинарной продукции является разновидностью кейтеринга, если предприятие общественного питания

осуществляет доставку горячих блюд на дом (запечатанные в целлофан подносы или пакеты с заранее приготовленными завтраками или обедами). Другой пример данного вида кейтеринга – это торговля продуктами питания (бутербродами, выпечными изделиями, покрытыми прозрачной пленкой или целлофаном), а также прохладительными напитками во время проведения спортивных соревнований, фестивалей, карнавалов и других общественных мероприятий с большим количеством участников.

VIP-кейтеринг предусматривает выездное ресторанное обслуживание с привлечением высококвалифицированных повара и официанта. В помещении заказчика и под его наблюдением осуществляется полный цикл обработки продуктов и приготовления блюд. Данные лица могут сопровождать заказчика в длительных турне.

К современным технологиям обслуживания в общественном питании, способствующим привлечению потребителей и увеличению объемов продаж, относится ***приготовление блюд в присутствии посетителей***. Для привлечения внимания гостей к этим блюдам необходимо дать правильное описание и фотографии их в меню, произвести обучение персонала. К приготовлению блюд на глазах у посетителей привлекаются опытные повара. В момент приготовления поваром горячего блюда в зале официант следит за ходом трапезы, обносит гостей закусками, напитками. На этапе приготовления блюда гость наблюдает за работой повара. Жесты и движения персонала должны быть уверенными. Характер этих движений бессознательно влияет на состояние посетителя, поднимает тонус. Персональное внимание подчеркивает статус гостя и уважение к нему. На этапе завершения приготовления блюда и подачи его гостю происходит закрепление контакта гостя с обслуживающим персоналом. В будущем у посетителя возникает желание вновь прийти в ресторан.

Транширование производят, если нужно в присутствии посетителей нарезать на порции зажаренных или сваренных целиком кур, индеек, гусей, поросят, целый окорок или седло барашка, рыбу и т.д., чтобы подать каждому из посетителей ту часть, какую он хочет.

Для транширования необходимы следующие условия:

- зал должен быть большой, с хорошей вентиляцией, чтобы быстрее устранялись запахи при траншировании;
- специальные приборы (нож и вилка) для порционирования;
- специальная доска с выдолбленными в ней желобками для стекания выделяющихся при резании мяса соков.

Кроме того, необходимы различные приправы, спиртовка для нагревания отрезанных порционных кусков и спиртовка для нагревания соусов и гарниров, подсобный столик или тележка для переноса всего необходимого при траншировании.

Транширование производит повар высокой квалификации или метрдотель.

Важный фактор при траншировании – умение обращаться с приборами. Ими надо работать умело, быстро и уверенно, не касаясь мяса рукой (кроме тех случаев, когда надо вынуть длинные кости). Приборы и другая необходимая посуда должны быть безупречно чистыми.

Официант производит транширование легко и быстро, если у него уже есть навык правильного обращения с ножом и вилкой. Например, при резании угол наклона ножа относительно доски должен быть не более 30°, чтобы куски были шире, а указательный палец всегда должен находиться сверху ручки ножа.

Перед траншированием рыбу или дичь, приготовленные целиком, показывают посетителям.

В ресторанах классов люкс и высший по желанию посетителей подают блюда и десерты, которые доготавливают и *фламбируют* в присутствии посетителей. Этот способ подачи вносит разнообразие в обслуживание посетителей в ресторане, дает возможность почувствовать аромат готовящегося блюда.

Необходимые условия для доготовки и фламбирования блюд и десертов:

- расстояние между столами в зале должно быть достаточным для того, чтобы передвигать тележки со всем необходимым для работы;
- на предприятии ежедневно должен быть определен ассортимент блюд для фламбирования;
- официанты должны знать технологию приготовления фирменных блюд с фламбированием.

Для доготовки и фламбирования блюд и десертов необходим следующий инвентарь:

- тележка или подсобный столик с двумя полками для расстановки всего необходимого для фламбирования и подачи;
- две спиртовки для доведения до готовности, разогревания и фламбирования блюд;

- набор различных приправ, спирт для зажигания и крепкий алкогольный напиток;
- приборы для фламбирования – вилка, ложка, разливательная ложка, сковородка и т. д.

Подготовка тележки. Тележка имеет две газовые горелки, на одну из которых ставят сковородку для доведения до готовности и фламбирования блюда. За горелками располагают специи и необходимые соусы, а также бутылки с напитками, используемыми при фламбировании. Справа располагают разделочную доску с приборами и посудой с продуктами или полуфабрикатами, подготовленными для фламбирования. Правее на откидную доску ставят подготовленные тарелки для подачи блюд.

Официант, получив заказ на фламбирование, подвозит тележку к столу посетителей, которые сделали заказ, и устанавливает ее так, чтобы она не мешала и была видна посетителям.

Доведение до готовности и фламбирование блюд протекает в следующем порядке:

- зажигают или усиливают огонь в газовой горелке или спиртовке;
- растапливают необходимое количество масла;
- показывают полуфабрикат посетителям и кладут жарить; при жарении его слегка помешивают и переворачивают, не прокалывая вилок, чтобы не вытек сок;
- в конце жарки в разливательной ложке или в турке разогревают на другой спиртовке или газовой горелке напиток, выбранный для фламбирования (коньяк или ром), чтобы зажечь напиток, ложку наклоняют;
- поливают мясо горящим напитком один, два или три раза, чтобы образовалось бурное пламя;
- разогревают гарнир в сковородке на спиртовке, а переставшее гореть мясо перекладывают на тарелки;
- к образовавшемуся мясному соку прибавляют соответствующие приправы, затем заливают им мясо;
- добавляют гарниры и подают красиво уложенные порции.

4.5. Виртуальный ресторан

Виртуальным называется ресторан, в котором осуществляется прием заказа по Интернету и доставка его потребителю.

Во многих странах общение посредством Интернета стало неотъемлемой частью жизни людей. Современные технологии обслуживания позволяют потенциальным потребителям через систему Интернет войти на страничку соответствующего ресторана, получить информацию о блюдах, ценах, увидеть зал и расположение столиков на экране компьютера. Основной потребитель страничек в Интернете – предполагаемый потребитель ресторана. Он может не только ознакомиться с информацией, отправить и получить сообщение, но и поговорить с менеджером ресторана и даже видеть его в момент разговора. Потребитель может не только заказать столик в ресторане, но и оплатить его, введя номер счета или кредитной карточки. Менеджер ресторана получит и подтвердит информацию о заказе, а бухгалтер – платеже. Вся процедура займет считанные минуты. Через систему Интернет можно предложить посетителям зарезервировать столик, продемонстрировать блюда меню визуально, обменяться мнениями и т. д. Технология панорамной съемки позволяет более детально ознакомиться с интерьерами залов и ингредиентами блюд.

Для менеджеров ресторанов электронная сеть не только новый рынок продаж, но и средство привлечения потребителей. Заказ обеда по Интернету и его доставка стали реальностью. Менеджер ресторана может наладить двустороннее общение с потребителем, найти нужного поставщика, просмотреть цены.

В электронной сети существует несколько Интернет-объединений, которые специализируются на информации о ресторанах. Новые технологии позволяют разработчикам сайтов построить качественный дизайн. Сайт содержит: название и адрес ресторана, краткое описание концепции, меню, режим работы. В сайт включена также дополнительная информация: как проехать в ресторан, есть ли автостоянка, какие рекламные кампании проводятся в ближайшие дни, какая музыкальная программа будет демонстрироваться вечером.

Сайт является инструментом для привлечения большого числа потребителей и должен способствовать увеличению прибыли ресторана (бара или кафе).

Интернет упрощает процесс заказа еды на дом и обеспечивает доставку без задержки. Еще совсем недавно рестораны, предоставляющие возможность доставки блюд на дом, лишь пробовали использовать систему электронных заказов через Интернет, и это казалось странной и достаточно радикальной идеей. Зачем заходить на web-сайт и заполнять форму, когда можно просто позвонить в заведение? Однако Интернет становится более доступным, а набор адреса ресторана в строке браузера столь же прост, как набор номера на телефоне. Заполнение формы на web-странице является простым и аккуратным способом оформления электронного заказа в удобном для потребителя темпе. Набрав название блюда в строке поиска on-line ресторанов, web-сервис отобразит всю информацию о существующих в городе точках общественного питания, отвечающих гастрономическому запросу. После выбора заведения, гость может, при наличии у ресторана или кафе web-сайта, просмотреть представленное меню с полным описанием блюд и их соответствующими изображениями, а также определить, насколько близко заведение находится к месту текущего расположения.

Сегодня технология заказов еды через Интернет продвинулась еще на один шаг в своем развитии. Новые web-сервисы позволяют заказать блюда из большинства лучших ресторанов вашего города. Причем, вы можете выбрать разные блюда в разных ресторанах, а доставку осуществит один курьер. Существуют также web-сайты, предоставляющие превосходные услуги для многих ресторанов, желающих поставлять еду на дом своим постоянным клиентам, но не желающих тратить время, необходимое для управления системой приема заказов по телефону. Это удобно для клиентов, которым легче найти, выбрать и заказать еду на одном ресурсе, комфортно сидя за своим компьютером, чем дозваниваться в отдельно взятый ресторан. Доставка после оформления on-line электронного заказа осуществляется в течение 1 часа.

В поисках ресторана и отзывов о нем, клиент в первую очередь обращается к Интернету. И здесь очень важно, чтобы web-сайт мог быть полезным, информативным и привлекательным, мог предложить реальную картину того, что сможет получить потребитель.

Поставщики услуг стараются максимально описать свои услуги и преимущества на web-сайтах, презентующих компании, а так же занимаются постоянным совершенствованием своих интернет-изданий.

Владельцам следует рассматривать свои интернет-странички, как первый и самый важный способ продвижения своих услуг и компании, используя для этого стратегический подход. Владельцам ресторанов необходимо заниматься продвижением своих ресурсов в сети, клиенту должно быть не сложно найти информацию о заведении. Это уже достаточно просто и недорого иметь свой собственный сайт и содержать его. Собственный сайт улучшает взаимоотношения с потенциальными и существующими клиентами, позволяет познакомиться с меню заведения, ценами, произвести on-line бронирование и т.д.

Немаловажным аспектом в организации обслуживания является доступность информационных услуг и возможность бронирования 24 часа в сутки, что возможно с помощью интернет-приложений.

Кроме этого ожидается появление в ресторанном бизнесе международной компьютерной системы бронирований GDS (англ. Global Distribution System, GDS) – глобальной дистрибьюторской системы, как это произошло в авиа- и гостиничном бизнесе, а также компьютерной системы резервирования (англ. computer reservations system, CRS).

Сейчас во всем мире наблюдается рост числа бронирования столиков в ресторане on-line. Например, в Великобритании это около 5 – 7 % от всей брони, в США – около 10 %, в крупных городах, таких, как Нью-Йорк, Сан-Франциско в некоторых ресторанах on-line бронирование достигает 25 – 30 %. В России больше распространена практика поиска заведения в Интернете, но бронь по прежнему осуществляется по телефону.

Клиенты начали понимать, что поиск ресторана в сети намного удобнее, нежели с помощью телефона, да и бронирование гораздо удобнее осуществлять в Интернете, при этом забронировать столик можно тогда, когда ресторан не работает.

Ожидается, что особенно увеличится присутствие интернет-технологий в таких направлениях ресторанного бизнеса, как кейтеринг, а так же во всех сетевых форматах, т.к. аудитория обслуживания выше перечисленных направлений достаточно большая и возникает необходимость повышать эффективность, качество, оперативность. Все это возможно реализовать только посредством максималь-

ной автоматизации процессов, основой которой являются интернет-технологии.

Интернет позволяет ускорить передачу информации в разы, теперь возможен обмен информацией между сайтами, кроме этого web-ресурсы могут быть завязаны с системой автоматизации и управленческого учета на месте. Такие нововведения позволяют компаниям принимать управленческие решения быстрее, на основании последних данных.

Точно так же, как сейчас пользователи устанавливают на рабочий стол медиа-проигрыватели, точно так же они будут устанавливать интернет-приложения. Эти новые приложения будут позволять работать с сайтами без ограничений web-страниц – время загрузки и размер файлов, а так же предоставлять возможность напрямую осуществлять запросы и взаимодействовать с заведениями отдыха и развлечений.

Основные тенденции развития интернет-технологий:

- web-хостинг – позволит компаниям арендовать программные пакеты, которые хранятся на удаленном сервере в принимающих странах и доступны через защищенный web-сайт;
- данные в режиме реального времени – от различных источников, таких как терминалы самообслуживания, торговые автоматы, и все точки обслуживания, которые связаны с системой;
- интернет-таблицы – дают возможность для сбора данных в режиме on-line. Эти таблицы обладают всеми преимуществами стандартных таблиц, но в реальном времени, с проверкой и консолидацией данных и автоматическим расчетом;
- увеличение клиентов, осуществляющих поиск заведения и бронь мест посредством Интернета;
- развитие системы презентации ресторанов и отелей на собственных web-ресурсах, совершенствование web-страниц и возможностей взаимодействия покупателя и поставщика услуг.

4.6. Event-маркетинг ресторана

Event-маркетинг ресторана подразумевает событие, которое происходит в самом заведении и/или посвящено ему. Цели осуществления такой деятельности сводятся к привлечению внимания целевой аудитории и средств массовой информации и получению прибыли.

В первом случае ресторан сам является заказчиком и платит деньги, во втором – исполнителем заказа, и деньги платят ему. Вне зависимости от выбранной цели в ходе успешной акции в рамках event-маркетинга могут быть решены следующие маркетинговые задачи:

- презентация ресторана целевой аудитории;
- позиционирование заведения и популяризация ценностей бренда;
- увеличение количества посетителей и среднего чека в долгосрочном периоде за счет гостей мероприятия;
- создание новостного повода для PR-коммуникаций;
- увеличение количества гостей в краткосрочном и долгосрочном периодах за счет тех, кто узнал из средств массовой информации (СМИ) о событии и захотел принять в нем участие или побывать там, где оно проходило;
- повышение престижа и уважения к ресторану среди его сотрудников.

Выполнение задач не имеет строгой привязки к типу события и его цели. Форматов ресторанный event-маркетинга существует множество: банкет, выставка, дегустация, концерт, презентация, фестиваль, after-party, празднование тематического мероприятия.

Если цель event-маркетинга заключается в привлечении внимания целевой аудитории и СМИ к ресторану, инициатива должна исходить от менеджмента заведения, который определяет и длительность мероприятия. Например, вернисаж традиционно знаменуется праздником, который устраивается в день открытия. При этом сама выставка может проводиться в заведении и неделю, и месяц. Обычно столько же празднуется день рождения ресторана, и в это время гостям предлагают специальные блюда, комплименты от шеф-повара и подарки в виде алкоголя и десертов.

Источником темы для мероприятия служит и календарь светской жизни: после каждого события следует «after-party» – вечеринка, которая может состояться и в данном заведении. Выбрав в светском календаре событий вашего города мероприятие с близкой заведению

целевой аудиторией, следует связываться с его организаторами и предложить свое заведение в качестве места для проведения вечеринки. Рассчитывать на большую выгоду здесь не стоит. Если событие действительно значимое, организаторы предложат компенсировать сумму рекламой или PR-продвижением заведения в ходе основного мероприятия.

Обычно на этапе подготовки события составляется общий пресс-релиз, в котором упоминается все партнеры мероприятия. Стоит учитывать, что СМИ оставляют за собой право публиковать такие списки частично или не публиковать вовсе. Самым гибким в этом плане является Интернет. Поисковые сайты пестрят объявлениями об акциях в разных заведениях.

Все большее число рестораторов применяют event-маркетинг на регулярной основе. Например, делают экономные понедельники, джазовые вторники, танцевальные среды, рыбные четверги, живую музыку по пятницам, бранчи и детские праздники по выходным. Главное во всем этом – то, что гости чувствуют, понимают: их ждали, что специально для них готовили.

Набирают популярность кулинарные фестивали, в рамках которых несколько десятков ресторанов представляют свою продукцию на конкурс. Это хороший шанс блеснуть перед критиками и широкий публикой.

Компенсировать часть затрат на мероприятие и привлечь дополнительные средства удастся за счет спонсоров и партнеров, в качестве которых могут выступать поставщики алкоголя, минеральной воды, соков, деликатесов.

В Рамках event-маркетинга ресторана реклама спонсора мероприятия может быть осуществлена следующими путями:

- внешнее оформление (фасада, окон, входной зоны) с помощью рекламных материалов заказчика;
- внутреннее оформление – плакаты, баннеры и перетяжки с «имиджами» спонсора, листовки, фирменные стойки или стенды;
- выкладка продукции для дегустации, оформление зоны презентации.
- раздача образцов продукции в качестве подарка гостям вечера на выходе. При этом желательно, чтобы пакет или коробка, в которую упакован подарок, были выполнены в стиле вашего ресторана.

Тогда у гостей создастся ощущение, что подарок дарите именно вы, а не та или иная фирма. Такой комплект удобно дополнить визитной карточкой заведения или буклетом с предложениями. В качестве подарка могут выступать бутылка вина, цветы, диск с оригинальной музыкой и т.д.

Если ресторан уже достаточно известен, можно предлагать его для проведения различных мероприятий – от банкета до презентации. Если событие посетит знаменитость, будет много журналистов, а значит, заказчики останутся довольными. При этом стоит заранее оговорить количество блюд и напитков, а так же развлекательную программу, скоординировать действия представителей компании и персонала.

На привлечение клиентов лучше всего работают Интернет, а также хорошо оформленная вывеска или баннер в месте расположения ресторана.

Этапы по организации event-маркетинга.

- оценка реальной позиции, которую занимает ресторан на рынке, его аудитории.

- определение цели event-маркетинга. Если нужно найти партнера для проведения акции, необходимо связаться с представителями агентств и компаний, которые могут выступать в качестве заказчиков. Обязательно работать в тесной связи со СМИ – они часто знают, что и где планируется. Если цель – привлечь внимание общественности, необходимо выбрать информационный повод, в качестве которого может выступать календарный праздник или светское событие (в зависимости от типа ресторана). При этом ключевым моментом является степень актуальности предложения для представителей целевой аудитории.

- составление плана мероприятия – последовательность действий и текста ведущего (если он есть), которые связаны между собой и направлены на достижение поставленных задач.

4.7. Мерчандайзинг в общественном питании

Мерчандайзинг общественного питания – деятельность по стимулированию сбыта продукции и услуг общественного питания. Это направление можно рассматривать как один из методов создания потребительских предпочтений.

Под стимулированием сбыта в общем виде понимается использование маркетинговых инструментов для ускорения ответной реакции целевого рынка. Иначе говоря, под стимулированием сбыта понимается все, что привлекает внимание потребителей или усиливает рекламное объявление. Стимулирование сбыта – это кратковременное побуждение, поощряющее продажу услуги.

Для стимулирования продажи используется набор средств, включающий методы воздействия на потребителей как: личные контакты персонала предприятия с посетителями; создание благоприятной общественной репутации предприятия; разнообразие вида подарков, лотереи, купонов. Для того чтобы увеличить реализацию услуг необходимо обеспечить заинтересованность работников. Для этого необходимо довести до сведения работников информацию, которая будет содержать поощрение, полученное при выполнении поставленного плана. Это может быть премия, подарок, выходной. При этом персонал необходимо обучить основам теории менеджмента, владению «стандартами» обслуживания, умению результативно общаться с посетителями. В число стандартов обслуживания, помимо профессиональных требований, входят и поддержание намеченных объемов продаж. Дополнительные расходы, связанные с продвижением услуг, считается нормальными, при условии, что они служат существенному повышению сбыта.

На современном рынке ресторанных услуг недостаточно иметь качественную продукцию и профессиональное обслуживание необходимо активно воздействовать на повышение качества процесса продажи. И тут важно следующее – широкий комплекс специально организованных мероприятий, способствующих увеличению числа потребителей, которые из массы аналогичных предприятий предпочитают посещать данное заведение; система мер по материальному стимулированию торгового персонала; укрепление имиджа предприятия посредством связей с общественностью; расширение набора услуг, организация специальной рекламы и информации о заведении. В конечном итоге, подобные акции и мероприятия направлены на формирование у посетителей предпочтений и потребностей в выборе данного предприятия.

Для увеличения объема продаж в ресторане, кафе или баре применяются следующие приемы мерчандайзинга:

- дизайн блюд и напитков;
- внедрение новых методов обслуживания;

- агитация в зале;
- убеждающая продажа;
- предложение в выборе альтернативных продукции и услуг.

Дизайн блюд и напитков предусматривает их эстетическое оформление для зрительного воздействия на потребителя и стимулирования продаж. Воздействие дизайна начинается сразу при входе в ресторан: выставка вин, сервировка столов, охлаждаемый прилавок с десертами, свежие фрукты на витрине, красочно оформленный коктейль дня на барной стойке, салат-бар в зале.

Дополнительную прибыль дают ресторану презентации. Например, для проведения яблочной презентации гостям предлагают тематические афиши, брошюры с рецептами блюд из яблок, при входе в зал на столы устанавливают корзины с яблоками, в меню включают яблоки печеные, яблоки в слойке, шарлотку с яблоками, сладкий яблочный пирог; каждому гостю, пришедшему на бизнес-ланч, дарят яблоко.

Для привлечения потребителей используются новые направления в подаче блюд. Например, очищенный от мякоти ананас заполняют фруктовым мороженым, разнообразными кремами, фруктовым салатом; а половинки дыни – шариками ее мякоти, красными ягодами и кружочком киви, добавляют несколько капель портвейна. Яйца подают в чугунных мини-тиглях, свежее испеченный хлеб – на маленькой доске; экзотические супы из редких дорогостоящих продуктов (черепах, плавников акул, трепангов) – в маленьких чашках типа кофейных; экзотические коктейли – в очищенном кокосовом орехе, кожуре апельсина, грейпфрута.

Приемы мерчандайзинга используются при *организации обслуживания* гостей в зале. Например, официант может предложить гостю понравившуюся часть общего блюда, порционировать ее и подать в соответствии с заказом. При соединении компонентов салатов в прозрачных салатниках в присутствии гостей официант использует приемы эффектного вращения сервировочных тарелок, поливая салат заправкой на вспомогательном столе.

Для увеличения продажи блюд можно показать гостям приготовление одного из наиболее оригинальных, например мороженого с горячей клубникой фламбе. Найти повод и подарить от ресторана такой десерт какой-либо компании, и тогда все гости начнут заказывать его.

К основным приемам *агитации в торговом зале* относятся фотографии блюд, помещаемые на столиках, размещение десерт-баров

и салат-баров на самом видном месте, организация небольшой выставки вин, включение в меню воскресного бранча (семейного обеда) бокала вина или шампанского. В некоторых ресторанах на стол заранее ставят бутылку с биркой «вино месяца» или образцы закусок, фрукты в вазе. При использовании этого приема необходимо на столе предусмотреть карточку с пояснениями: являются ли блюда, вино, фрукты бесплатными или предназначены только для продажи.

Одним из наиболее эффективных средств, используемых обслуживающим персоналом, является *убеждающая продажа*. Как только гость сел за стол, официант может предложить ему коктейль-аперитив или фирменную закуску. Компании можно подать образцы закусок на подносе с тем, чтобы они могли попробовать разные блюда. По окончании обеда или ужина официант предлагает на выбор различные десерты, демонстрируя образцы на подносе или тележке. Убеждающая продажа особенно популярна в баре. Бармен может обратить внимание гостя на какой-либо фирменный коктейль: «Сегодня у нас новый необычный тропический коктейль «Магия», который вам обязательно понравится. Он готовится из свежееотжатого сока ананаса, вермута, мартини Россо, ликера Куан-тро, ликера Мисти и сиропа Гренадин, подают в кокосе».

Убеждающая продажа является одним из методов качественного обслуживания, она помогает предугадать желания гостей и сделать посещение ресторана более приятным.

Предложение для выбора альтернативных видов продукции и услуг связано с тем, что в ресторан приходят гости, которые заинтересованы в получении определенной выгоды. С этой целью ресторан предлагает гостям закуски на блюдах разного размера; стейки, пиццу, пирожные порциями разной массы, чтобы учесть запросы потребителей с разными доходами (или аппетитом). Примером выбора гостем наиболее выгодного варианта является продажа напитков с закусками или без них; продажа мороженого с блинчиком или без него. Еще одним приемом предложения для выбора альтернативных видов продукции и услуг является предложение гостям комплексных завтраков, обедов и ужинов. При этом цена каждого блюда, входящего в комплекс, ниже, чем она была бы в случае отдельного заказа.

В настоящее время популярной формой продвижения услуг заведений являются купоны. Купон – это скидка, предоставляемая на различные блюда в меню. Купон может действовать в определенное

время или определенное время или определенные дни. В качестве типов купонов могут быть использованы следующие виды: скидки в форме предпочтения большей по размеру порции по цене меньшей; скидки, распространяемые только на строго оговоренные размеры порций блюд; специальная цена на строго обусловленные виды блюд; два блюда по цене одного: при заказе одного блюда посетитель получает второе бесплатно; скидки, представляемые предприятием посетителю при условии, что он заказывает блюда на определенную сумму.

Менеджер зала при проведении тренингов с обслуживающим персоналом должен нацелить официантов на понимание и широкое использование приемов мерчандайзинга, особенно убеждающей продажи, и точное определение потребителей, наиболее восприимчивых к данному виду обслуживания. Так, туристы охотно дегустируют блюда, предложенные официантом, в отличие от деловых людей, пришедших на бизнес-ланч.

4.8. Анимация на предприятиях общественного питания

Анимация (итал. *animo* – воодушевление, оживление) – деятельность, направленная на восстановление и укрепление физических и духовных сил человека.

Цель *анимационных программ* – организация отдыха, который несет положительные эмоции, хорошее настроение, способствует социализации личности.

Ресторанная анимация преследует цель реализации новой философии ресторанного обслуживания, а именно повышения качества предоставления услуг и уровня удовлетворенности гостями отдыха. Ресторанная анимация используется в маркетинговой стратегии ресторана как одна из основных привлекательных услуг.

Анимационные услуги являются одним из самых эффективных средств привлечения гостей в ресторан, влияющих на позитивную оценку клиента работы предприятия в целом. Это своеобразные дополнительные услуги потребителю, позволяющие занять его таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в ресторане и позыв к возврату в этот ресторан еще раз.

Анимация должна быть планируемой, четко регламентированной и организационно-управляемой деятельностью, обеспеченной материальными, финансовыми и кадровыми ресурсами.

Конечной целью анимационной программы является удовлетворенность посетителя, его хорошее настроение, положительные впечатления.

Анимация выполняет несколько функций:

1) адаптационная функция, позволяющая перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;

2) компенсационная функция, освобождающая человека от физической и психической усталости повседневной жизни;

3) стабилизирующая функция, создающие положительные эмоции и стимулирующая психическую стабильность;

4) образовательная функция, позволяющая приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания;

5) рекламная функция, дающая возможность через анимационные программы сделать клиента носителем рекламы о ресторане.

Анимационные программы создают такую атмосферу ресторана, которая помогает сформировать ход мысли человека и сконцентрировать его внимание в нужном направлении, тем самым, увеличивая шансы на заказ тех позиций меню, которые могли бы остаться без внимания, говорят об уровне (классе) ресторана, а также способны вызвать у гостя определенную эмоциональную реакцию, которая повлияет на то, сколько времени человек проведет в ресторане и получит ли он удовольствие от посещения ресторана.

Анимация рассматривается как деятельность по разработке и представлению специальных программ проведения свободного времени. Таким образом, в ресторанах принято, чтобы анимационная программа была максимально разнообразной. Анимационные программы включают: шоу-балет, бармен-шоу, шоу-поваров, музыкальное сопровождение (живая и фоновая музыка), танцевальные программы, вокальные номера, конкурсы караоке и тому подобное.

При создании развлекательной программы необходимо учесть: возраст и пол будущих зрителей, национальность. Для удачного составления развлекательной программы необходимо продумать ее название, которое создает настрой и раскрывает суть. Необходимо определиться с ритмом, темпом, включением эффектных моментов и репетиционным периодом.

Шоу барменов это то, что поднимает настроение всем или почти всем, приятно посмотреть на мастерство бармена в жонглировании, а потом оценить его умение «миксовать» коктейли на вкус. Бармен должен уметь не только смешивать различные напитки и разливать спиртное гостям. От него зависит особая атмосфера дружелюбия и гостеприимства, которая царит в баре. Вся его работа направлена на то, чтобы и заведение приносило выручку, и гости были довольны. Для этого необходимо, прежде всего, быть аккуратным и иметь опрятный внешний вид. Чтобы затрачивать минимум сил и времени на выполнение заказа, предугадывать все прихоти посетителей, помнить привычки и вкусы постоянных клиентов, необходимо иметь не только хорошую практику, но и жизненный опыт.

Во многих барах, клубах и ресторанах немного шоу можно получить просто сев за стойку. Бармены постоянно тренируются к соревнованиям и лучшее место для практики это, конечно, работа.

Флейринг (флеринг, *flairing*) – это искусство вращения, подбрасывания и жонглирования бутылками, кусочками льда, барного инвентаря в процессе приготовления коктейлей. Во время выступления бармены демонстрируют подачу оригинальных коктейлей – от обычных до самых изысканных. Используя различные трюки с огнем и элементы флейринга, превращают приготовление коктейлей в фантастическое шоу, с участием зрителей. Флейринг расширяет свои границы, часто его миксуют даже с брейкдансом, что еще раз подтверждает – флеринг набирает популярность как шоу.

Украшением бармен-шоу является пирамида из бокалов шампанского. Пирамида из бокалов это красивое и торжественное зрелище. Шампанское или коктейль заливается в верхний бокал, постепенно заполняя нижние. Форма пирамиды (основание) треугольная или квадратная.

Большое психологическое воздействие оказывает на человека *музыка*. Она имеет не меньшее значение, чем приятная и уютная обстановка в зале, красивый интерьер. Давно доказано, что качественная, правильно подобранная музыка улучшает усвоение пищи и настроение. Высокое качество звукового сопровождения и акустика зала – залог полноценного отдыха и гарантия высокой репутации заведения. Все чаще в ресторане встречается живая музыка, как неотъемлемая часть развлекательных программ. «Живой» звук – композиции сыгранные музыкантами без фонограммы в присутствии гостей. В зависимости от времени суток и загруженности заведения звучат раз-

ные композиции. Вечером музыка имеет вальяжно-спокойный характер. Она располагает к неспешному ужину, вдумчивому выбору блюд, побуждает заказать нечто особенное.

Очень важным при организации музыкального сопровождения является выбор и исполнение музыкальных произведений. Хороший оркестр – реклама для ресторана. Обычно в ресторанах оркестры состоят из 3, 5, 7, 10 музыкантов (пианино, контрабас, ударные инструменты, аккордеон, труба, скрипки, саксофон, тромбон), выступающих с певцом.

Концертная программа оркестра должна быть тщательно продумана с учетом эмоционального и эстетического воздействия на слушателей отдельных ее номеров. Так, в начале вечера, пока посетители заняты застольной беседой и ожиданием еще не прибывших друзей, рекомендуется исполнять эстрадные концертные произведения. Позднее можно познакомить слушателей с новыми эстрадными отечественными или зарубежными песнями в исполнении солиста. Во второй половине вечера рекомендуется исполнять в основном танцевальную музыку, чередуя подвижные ритмичные мелодии с более спокойными, плавными, лирическими. Репертуар определяется с учетом тематической особенности мероприятия.

Очень популярным является организация *караоке*. Слово караоке имеет японское происхождение (*kara* – от *karappo*, что означает пустой, *oke*, сокращение от *okesutura*, значит оркестр). И получается слово караоке, которое фактически означает «пустой оркестр». Караоке бывает аудио и видео. При воспроизведении видео караоке текст песен закрашивается на экране телевизора или монитора на фоне видеоряда в такт мелодии. Аудио караоке – это фонограммы, записанные на обычном аудио носителе, при этом текст песен написан на буклете, который вкладывается внутрь диска или кассеты.

Простейший караоке-автомат состоит из аудио-входа, устройства изменения тональности музыки и аудио-выхода. Караоке-бокс – это небольшая или средних размеров комната, в которой установлена караоке-аппаратура для группы друзей, снимающих ее на определенное время, чтобы провести его в более камерной и менее публичной атмосфере. В такой комнате можно отгородиться от окружающего мира и насладиться музыкой собственного исполнения.

Аниматор – человек, который должен поддерживать настроение публики на самой высокой отметке. Хороший аниматор – половина успеха любого мероприятия. Аниматор призван выявлять, удовлетворять и развивать социально-культурные интересы разных групп на-

селения, разрабатывать целевые анимационные программы и социальные технологии их осуществления.

Ведущий развлекательных программ должен:

- 1) встречать гостей у входа;
- 2) руководствоваться танцами, приглашать за стол;
- 3) извещать гостей о происходящем;
- 4) следить за музыкой, произносить тосты, делать объявления;
- 5) устранять мелкие затруднения и конфликты;
- 6) вести развлекательную программу вечера;
- 7) ненавязчиво вести процесс застолья.

Сценарий, музыка, свет, хореография, костюмы – все четко продумывается и организуется членами команды и руководителем, который часто сам принимает участие в шоу-программах.

Во время обеда и перед ужином аниматоры встречают гостей у входа в ресторан, желают приятного аппетита, знакомятся с новоприбывшими гостями, подсаживаются за столики, стараясь не допускать паузы в разговоре, развлекают гостей и приглашают принять участие в играх и развлекательных шоу после обеда.

Проведение праздника невозможно представить без шоу-программы. Насколько удачно впишется программа в основное действие мероприятия зависит от ведущего.

Каждое шоу – это маленький спектакль, в который, помимо самих артистов и ведущего, вовлечены гости праздника, каждый из которых имеет свои представления о происходящем, к каждому из которых нужно найти профессиональный индивидуальный подход.

Профессиональный ведущий, наряду с умением импровизировать, должен иметь массу наработок, заготовок и вариантов развития событий, уметь направить общее настроение и поддержать его, найти общий язык с гостями, объединить несколько десятков человек с разным настроением, образованием, социальным положением и возрастом.

Контрольные вопросы

1. Какими качествами должен обладать официант?
2. Назовите стандарты для организации качественного обслуживания официантами.
3. Укажите цели и задачи тренинга персонала предприятий общественного питания.

4. Перечислите наиболее распространенные проблемные ситуации при обслуживании посетителей и возможные пути их решения.
5. Охарактеризуйте дневные дипломатические приемы.
6. Какие приемы проводятся с рассадкой гостей за столом?
7. Перечислите вечерние дипломатические приемы.
8. Дайте характеристику неформальным видам приемов.
9. К какому виду приемов относится банкет-чай?
10. Укажите преимущества приема «Бокал вина с сыром».
11. Для чего предназначена кувертная карточка?
12. Назовите и охарактеризуйте основные виды смешанных банкетов и приемов.
13. Какие формы обслуживания на предприятиях общественного питания относятся к прогрессивным?
14. Опишите организацию обслуживания посетителей в виде шведского стола.
15. Приведите отличия в организации обслуживания потребителей по типу «зал-экспресс» и «стол-экспресс»; «линер» и «динер».
16. Что такое кофе-брейк?
17. Какие особенности имеет обслуживание в виде русского стола?
18. Что такое кейтеринг? Назовите его виды.
19. Какие условия необходимы для организации приготовления блюд в присутствии посетителей?
20. Укажите особенности работы виртуального ресторана.
21. Что такое Event-маркетинг ресторана? Перечислите этапы его организации.
22. Для чего предназначен мерчандайзинг общественного питания? Приведите характерные его приемы.
23. Какие функции выполняет анимация на предприятиях общественного питания?

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЦАХ

5.1. Требования к предприятиям питания при гостинице

Предприятия общественного питания при гостиницах предназначены в основном для обслуживания проживающих в них гостей.

В зависимости от способа обслуживания различают предприятия: обслуживаемые официантами; самообслуживания; смешанного обслуживания.

По режиму питания туристов данные предприятия предоставляют услуги в виде завтрака, полного пансиона, полупансиона, специального питания, питания для детей и др. В ряде гостиниц предусматриваются кухни, мини-бары, а услуга питания может быть реализована как в номере (по вызову, заказу), так и на предприятии питания.

По ассортименту питания туристов данная услуга подразделяется на комплексное питание, питание по выбору, питание по предварительному заказу, в том числе по обслуживанию торжественных актов, приемов, юбилеев, банкетов и др.

Предприятия классифицируются также **по числу посадочных мест и режиму работы** (круглосуточный, с ограничением по времени).

К туристским предприятиям питания предъявляется ряд дополнительных, особенных для этой сферы деятельности требований.

Территория предприятия общественного питания должна быть не только тщательно убрана, но также снабжена необходимым асфальтовым или декоративным покрытием.

Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими потребителям ориентироваться в туристско-гостиничном комплексе.

В вестибюле на видном месте должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующая о присвоении ему определенного класса. Среди дополнительных требований можно выделить следующие:

- при обслуживании организованных туристских групп по безналичному расчету рекомендуется на завтрак, обед и ужин предлагать скомплектованные рационы питания, составленные с учетом возрастного и национального состава туристской группы, энергетических

затрат на маршруте. Повторяемость рациона питания для данной группы допускается не раньше чем через 10 дней, а блюд, включаемых в рационы, не менее чем через 4 дня. Меню скомплектованных рационов питания должно быть согласовано с руководителем группы;

- предварительная сервировка столов приборами, столовой посудой с хлебом, холодными закусками и специями может быть использована во всех типах и классах предприятий только при обслуживании организованных групп по безналичному расчету;

- продукты, используемые для приготовления блюд, должны иметь сертификат, подтверждающий отсутствие вредных для здоровья веществ (нитритов, нитратов и пестицидов), а также радиационных и микробиологических загрязнений, превышающих установленные нормы.

- В случае отсутствия сертификата проводится лабораторный анализ поступающих продуктов;

- регулярно, но не реже чем один раз в пять лет, проводится аттестация производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала с целью подтверждения или повышения квалификационного разряда. Не реже чем через три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников туристских предприятий питания на курсах повышения квалификации по специальной программе;

- метрдотель, сомелье (специалист по характеристике алкогольных напитков), официанты и бармены должны знать не менее одного из европейских языков. В бригаду включаются официанты, владеющие разными иностранными языками;

- работники обслуживающего персонала должны быть вежливы, внимательны и предупредительны (но не навязчивы) в отношениях с потребителями, по возможности выполнять просьбы потребителей, если это не отвлекает их от выполнения прямых обязанностей. В случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить дежурного администратора, метрдотеля или директора предприятия.

На предприятиях питания осуществляется контроль за качеством услуг и обслуживания при помощи визуального, аналитического, медицинского, инструментального, социологического методов.

В городских гостиницах имеются рестораны, бары, а в гостиницах при аэропортах, железнодорожных, морских, речных вокзалах – кафе, закусочные или предприятия быстрого обслуживания.

Строительными нормами и правилами предусмотрено, что в городских гостиницах количество мест в ресторанах, кафе должно соответствовать вместимости гостиницы, а число мест в барах составлять не менее 10 % вместимости гостиницы. Однако в зависимости от места нахождения гостиницы и степени обеспечения жителей населенного пункта предприятиями общественного питания количество мест в ресторанах, кафе, закусочных, барах при гостиницах может быть изменено при соответствующих технико-экономических обоснованиях.

Предприятия общественного питания при гостиницах начинают работу не позднее 8 ч утра и заканчивают не позднее 24 ч по местному времени. Если в гостинице несколько баров, то часы работы их устанавливают индивидуально, а перерывы не должны совпадать.

Бары, как правило, начинают работу с 7 ч утра и заканчивают в 22 – 23 ч местного времени с перерывом на обед. Для каждого бара устанавливают ассортимент блюд, товаров и напитков, подлежащих реализации. Он не должен быть широким, но должен быть разнообразным по дням недели.

Бары размещают в небольших помещениях, поэтому возможности для приготовления пищи и реализации продукции в них ограничены. Работают они по методу самообслуживания.

Каждый бар состоит из зала, подсобного помещения и моечной столовой посуды. Поэтажные бары оборудуют стойкой с экспресс-кофеваркой, охлаждаемой витриной, пристенной витриной для выкладки товаров. В торговом помещении устанавливают столы со стульями. Подсобное помещение оборудуют электроплитой, электрокипятильником, холодильным шкафом. Штат работников состоит из барменов, уборщиц (они же моют посуду), а в отдельных случаях и поваров.

Отпуск в бары продукции собственного производства с кухни производится по заборным листам, а отпуск товаров из кладовой по накладным до открытия (в утренние часы) бара и в течение дня.

В крупных гостиницах в барах устанавливают линии самообслуживания, состоящие из охлаждаемого прилавка (для холодных блюд, кисломолочной продукции, соков) и прилавка для отпуска горячих вторых блюд. Перед узлом расчета устанавливают самовар, ставят фарфоровый чайник с заваркой, выпечные изделия. В большинстве баров установлены экспресс-кофеварки.

В гостиницах в вечернее и ночное время работают *бары с музыкальным обслуживанием*, в том числе с концертной программой.

В вечернее время обслуживание потребителей в ресторане сочетается с организацией эстрадных выступлений, танцев. Рестораны работают с 11.30 до 23.30 ч. При наличии нескольких залов целесообразно работу залов начинать в разное время. Например: один с 8.00 ч, другой с 11.00 ч. В дневное время ресторан высшего класса может работать по меню столовой. Для быстрого обслуживания потребителей в дневное время практикуется комплексное питание.

В тех случаях, когда при гостинице имеется кафе или закусочная, их работу удобнее начинать с 7 – 8 ч и до 22 ч.

Буфеты, расположенные на этажах гостиниц, должны работать с 7 до 22 ч, чтобы обеспечить проживающих завтраками и ужинами.

В каждом отдельном случае режим обслуживания зависит от того, какие виды питания предусмотрены в данной гостинице, с учетом особенностей обслуживаемого контингента и создания максимальных удобств.

По желанию индивидуальных туристов администрация ресторана обязана обеспечивать им подачу питания в номера гостиницы, за что с туристов взимается дополнительная плата.

5.2. Виды питания в гостинице

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов обычно предлагаются следующие условия питания:

- размещение без питания – (RO);
- полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед и ужин) – Full Board (FB);
- полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) – Half-Board (HB);
- только завтрак, то есть одноразовое питание – Bed and Breakfast (BB).

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) – All inclusive (все включено в стоимость). Предоставление постояльцу четырехразового питания и возможности употребления закусок, включая безалкогольные напитки и алкогольные напитки местного производства в течение светового дня (до 24.00 ч) – Ultra all inclusive (UAI – ультра все включено).

Предоставление постояльцу четырехразового питания и возможности употребления закусок, включая безалкогольные и алкогольные напитки в течение светового дня (до 24.00 ч) – Extra all inclusive (EAI – экстра все включено).

В ресторане при гостинице в утренние часы гостям предлагают завтрак по меню со свободным выбором блюд, в виде шведского стола (буфета), континентальный.

Во всех гостиницах особое внимание уделяется сервису завтраков. С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина, на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В этой связи необходимо учитывать следующие условия:

- помещение, в котором организуется завтрак, должно быть чистым и хорошо проветренным;
- несмотря на раннее время (завтрак может начинаться уже с 6.00 часов), сотрудники должны быть бодрыми и проявлять активность;
- должен быть обеспечен бесперебойный процесс обслуживания.

Различают следующие **виды завтраков**:

Завтрак по меню со свободным выбором блюд, предлагается индивидуальным туристам, проживающим в гостинице. Гостям предлагают широкий выбор кисломолочных продуктов, простой или фруктовый йогурты, выбор из двух видов свежесжатых соков, трех видов других соков высшего качества, масло сливочное, джем, мармелад и мед в индивидуальной упаковке, пять видов cereals (сухого завтрака), в том числе корн-флекс (кукурузные хлопья) и один вид мюсли; один вид рыбы холодного копчения, преимущественно лосось; мясную гастрономию, сосиски и сыр разных сортов; пять видов блюд из яиц: сваренных без скорлупы в кипящей воде (пашот), яичницу-глазунью или омлет с беконом, сосисками, ветчиной; вареные яйца должны подаваться в рюмках-подставках; одно горячее блюдо из рыбы, одно из мяса, фрукты, горячие напитки (кофе, чай); свежие сливки и молоко; хлебобулочные изделия (круассан, дэниш, маффин) и два вида хлеба (ржаной и пшеничный), тосты.

В виде шведского стола (буфета).

Континентальный завтрак. Название происходит из английского языка (continental breakfast) и описывает завтрак, принятый на европейском континенте уже многие десятилетия. В настоящее время не

является единственным видом завтрака, используемым в гостиницах разных стран. Континентальный завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом. Во многих странах Европы континентальный завтрак входит в цену размещения в гостинице.

Расширенный завтрак. Этот вид завтрака получил распространение в Европе с середины 60-х годов. В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются: соки (апельсиновый, грейпфрутовый, томатный), блюдо с нарезанной ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья. Во время завтрака чаще всего организован буфетный сервис или официант приносит блюдо с мясной нарезкой, раскладывает по тарелкам и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц приготавливаются по индивидуальным заказам.

Английский завтрак. В классическом варианте английский завтрак начинается с утреннего чая или кофе (возможно горячего шоколада), принесенного в номер. Он также включает сахар, булочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Этот так называемый «short breakfast» (короткий завтрак) может дополняться блюдами из яиц (яичницей с ветчиной или беконом, яйцами, жаренными на хлебе, омлетом с ветчиной или шампиньонами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых (овсяной кашей или супом на молоке или на воде с сахаром либо солью). Английский завтрак сервируется таким же образом, как и расширенный завтрак. Если гость вместо блюд из яиц заказывает рыбное блюдо или овсяную кашу, то дополнительно сервируется прибор для рыбы или столовая ложка.

Американский завтрак. При американском завтраке дополнительно предлагается: обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с молоком или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог и др.

Завтрак с шампанским. Время предоставления этого завтрака – с 10.00 до 11.30. Предполагается кофе, чай, алкогольные напитки (шампанское, вино), небольшие холодные закуски и горячие блюда, супы, салаты, десерты. Форма предложения – буфет. Завтрак с шампанским подается, как правило, по официальному поводу.

Поздний завтрак. Время предоставления – 10.00 – 14.00. Используются составные элементы, входящие как в завтрак, так и в обед: го-

рячие и холодные напитки, булочки, масло, джем, колбаса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты. Форма предложения – буфет. Представляет альтернативу завтраку и обеду.

При организации завтраков следует учесть особые привычки отечественных и зарубежных гостей.

По желанию или в соответствии с туром туристу может предоставляться номер в комплексе с трехразовым, двухразовым и одноразовым питанием. В туристской практике выделяют следующие специальные «планы», касающихся питания туристов в гостиницах.

Европейский план (European Plan, EP) – гостиничный тариф, включающий в себя только стоимость размещения (без стоимости питания). В этом случае туристы самостоятельно выбирают предприятие общественного питания, кухню и заказываемые блюда. В настоящее время используется не так часто. Распространен в США и ряде крупнейших городов мира.

Континентальный план (Continental Plan, CP) – гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и континентального завтрака. Континентальный план также называется «постель и завтрак» (Bed and Breakfast, BB). В соответствии с таким планом туристу предоставляется континентальный завтрак – легкий завтрак, состоящий из кофе или чая, булочки, масла и джема. В некоторых странах он может быть дополнен стаканом сока (в Италии), сыром (в Голландии), рыбой (в Норвегии).

Бермудский план (Bermuda Plan, BP) – гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и полного завтрака, который называется еще английским завтраком и включает в себя фруктовый сок, овсяную кашу или мюсли, яичницу или омлет с ветчиной, гренки, масло, джем и кофе или чай. В стоимость проживания включает полный «американский» завтрак в гостинице. Все остальные трапезы не включены. В последние годы бермудский план получил широкое распространение; чаще всего он организуется по типу «шведского стола».

Модифицированный *американский план* (Modified American Plan, MAP) – стоимость проживания включает завтрак – «континентальный» (в Европе) или полный и еще одну трапезу, как правило, ужин. Этот план широко распространен на курортах Багамских и Бермудских островов, Карибского бассейна и Мексики. В Европе этот план обычно называют полупансионом.

Американский план (American Plan, AP) – стоимость проживания включает завтрак, обед и ужин. В Европе этот план также называют полным пансионом. Полный пансион распространен на круизных судах, в «туристских деревнях».

Как правило, Бермудский план и Модифицированный американский план предлагаются на популярных курортах. Европейский план чаще используется в гостиницах, рассчитанных в основном на транзитных пассажиров и деловых людей. В некоторых гостиницах на проживающих по Модифицированному американскому плану распространяются определенные ограничения в выборе блюд из меню. При этом за экзотические или дорогостоящие блюда, например, омаров, приходится доплачивать.

При организации завтраков, обедов и ужинов используются различные **методы обслуживания**:

- «а ля карт»;
- «а парт»;
- «табльдот»;
- шведский стол;
- буфетное обслуживание.

Обслуживание «а ля карт» (a la carte). Гости из карты-меню блюд напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню, и сразу же начинается приготовление и сервировка заказных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Несмотря на то, что метод «а ля карт» считается самым трудоемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей.

«А парт» (a part). При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

«Табльдот» (table d'hote). Отличается от «а парт» тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом. Часто используется в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения, где производственные мощности и возможности кухни достаточно ограничены.

Шведский стол. Представляет широкий выбор блюд со свободным доступом и выбором. Это может быть и довольно узкий набор (джем, хлеб, масло, 2 – 3 сорта колбасы и сыра, один вид сока, чай, кофе), и по-настоящему обильный стол с многочисленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод обслуживания имеет ряд преимуществ:

- увеличивает пропускную способность ресторана;
 - ускоряет процесс обслуживания;
 - требует меньшей численности квалифицированного персонала и т. д.
- Все категории гостей с одобрением воспринимают этот метод обслуживания, поскольку он позволяет выбирать себе пищу по вкусу и в количестве, удовлетворяющем аппетит.

Буфетное обслуживание. Буфеты предполагают самообслуживание гостей. Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приготовления и отпуска и может быть самым разнообразным: прохладительные и горячие напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия, молочнокислые продукты, фрукты, всевозможные бутерброды, закуски и т. д.

В последнее время данный метод обслуживания стал популярен при организации завтраков (так называемый завтрак-буфет). Также он широко используется при обслуживании участников конференций, симпозиумов, совещаний, переговоров.

В зале для обслуживания туристов, при полном дневном рационе, рекомендуется обслуживать в следующие часы: завтраком с 8.00 – 9.30, обедом с 13.00 – 15.00, ужином с 17.00 – 18.30 ч.

Можно использовать этот зал в вечернее время, с 19.00 – 23.30 ч, для обслуживания прочих потребителей.

5.3. Организация питания в номерах гостиниц

В гостиницах повышенного класса создается специальная служба обеспечения питанием в номерах по заказам проживающих в них лиц. Обслуживание в номерах производится по порционному меню, т. е. ассортимент закусок, блюд, напитков такой же, как и в ресторане. За обслуживание в номерах взимается дополнительная плата в размере 15 % от стоимости блюд.

Обслуживание в гостиничных номерах требует особой подготовки персонала. Оно связано не только с выполнением пожеланий гостей, сервировкой стола, последовательностью подачи блюд, техникой обслуживания, но и с правилами поведения персонала в номере.

Клиенты гостиниц делают заказы по телефону непосредственно метрдотелю, а также горничным, поддерживающим с метрдотелем постоянную связь. В крупных гостиницах заказы может принимать дежурный или старший официант.

При принятии заказа в обязательном порядке необходимо учесть и зафиксировать следующие данные:

- номер комнаты, в которую следует подать завтрак, обед или ужин;
- количество обслуживаемых гостей;
- подробное наименование и количество заказанных блюд, закусок, напитков;
- время подачи заказа.

Приняв заказ, метрдотель передает его непосредственным исполнителям: официанту, работникам кухни.

Для обслуживания в гостиничных номерах используется специальная столовая посуда и приборы (металлические глубокие блюда с крышками, металлические кофейники, чайники, сливочники, различные подставки, приборы и оборудование для подогрева и поддержания температуры горячих блюд и напитков непосредственно в номере), подносы прямоугольной формы, сервисные тележки различных конструкций, легкие складные портативные столы.

Существуют специальные правила обслуживания гостей в номерах:

- заказ (завтрак, обед, ужин) должен подаваться либо на подносе, либо на передвижной сервисной тележке или столике. В случае использования подноса официант должен нести его в левой руке. Правая рука должна оставаться свободной, чтобы открыть или закрыть дверь, переставить какой-либо предмет на подносе и т. д. При движении по коридору или переходам поднос держат у плеча и только перед входом в номер его опускают на уровень груди;
- в номер необходимо предварительно постучать и войти после получения разрешения;
- следует поздороваться с гостем (гостями);
- если гость собирается завтракать в кровати, поднос ему необходимо подать со стороны. Если в кровати завтракают два человека, для каждого подают отдельный поднос;

- при сервировке заказа (завтрака, обеда, ужина) для одного человека все ставится на подносе в таком же порядке, как на столе в ресторане;

- если гость собирается есть за столом в номере или на балконе, то стол следует застелить скатертью. Поднос можно поставить на стол или переставить все с подноса на стол;

- в номере официант не должен задерживаться дольше, чем требуется. Разговаривать с гостем можно только в том случае, если он о чем-нибудь спросит сам. В любой ситуации официант должен соблюдать деликатность.

В зависимости от ряда условий, питание в номерах может осуществляться: с обслуживанием официантами, через поэтажные буфеты или непосредственно из ресторана.

При обслуживании питанием в номерах необходимо предусмотреть для этой цели официантов, должно быть специальное помещение, лифт, инвентарь, средства связи с производством.

В четырех- и пятизвездочных гостиницах существует специальное подразделение *room-service*, целью которого является доставка еды гостю: в номер, офис, холл – практически в любое место в пределах отеля. Room-service может иметь свою кухню со специальной посудой и оборудованием, помогающим сохранить нужную температуру пищи. Рабочее помещение room-service оснащено специальным шпилькой-стеллажом, который заполняется подносами. Каждый поднос заранее накрывают полотняной салфеткой, ставят на него набор, состоящий из джема, конфитюра и меда в индивидуальной упаковке, чашку с блюдцем. Непосредственно перед доставкой завтраков в номера подносы заполняют свежими продуктами.

Режим работы room-service круглосуточный. Сотрудник этого подразделения (его должность называется *order taker*) принимает заказы от проживающих в гостинице на обслуживание в номерах завтраками, обедами или ужинами. Он должен не только принять заказ по специальному меню, но и согласовать с заказчиком способ приготовления блюда, время подачи, вид сервировки, особенности обслуживания. Приняв заказ, order taker обязательно предупреждает о времени его приготовления. Вместе с заказом гость получает чек, который оплачивает при выезде из гостиницы, карточку с пожеланием «приятного аппетита» и просьбой сообщить, когда можно будет убрать посуду.

В каждом гостиничном номере обязательно имеются специальные карты меню завтрака. На них приведен весь ассортимент континентального, европейского, американского, русского, диетического, вегетарианского завтраков. Гость отмечает выбранные блюда, напитки. Карты меню завтрака вывешивают на двери номера, а ночью собирают дежурные официанты. Для удобства работы все данные с карт меню переносят на специальные бланки.

Континентальный, европейский, диетический и вегетарианский завтраки наиболее удобны для доставки в номера, так как их сервируют непосредственно на подносе и они не занимают много места в номере. Американский и русский завтраки включают много ингредиентов, поэтому официант комплектует заказ на сервировочном столике.

Специальное меню обеда room-service включает холодные закуски (4 – 5 наименований), салаты (5 – 6), горячие закуски (2 – 3), супы (4 – 5), горячие блюда из рыбы, мяса, птицы, овощей (8 – 10), десерт – 6 наименований, горячие и холодные напитки. Меню обеда или ужина составляется с учетом национальных особенностей гостей из разных стран. В меню дополнительно могут быть включены итальянская паста и овощи, спагетти, горячие и холодные сэндвичи.

Для обслуживания по специальному меню обеда или ужина официант привозит в номер на тележке посуду, приборы, скатерть, салфетки льняные, минеральную, фруктовую воду, фрукты, сигареты, спички. В номере официант накрывает стол (обеденный или журнальный) скатертью и сервирует его. Затем приносит блюда в порядке, принятом при обслуживании в ресторане. По желанию заказчика официант раскладывает на тарелки блюда, наливает напитки, т. е. обслуживает, уходит, возвращаясь в установленное время или по вызову для уборки посуды.

При обслуживании в номерах можно использовать передвижные сервировочные столики, на которых размещают салфетки (сетки) и предметы сервировки. Горячие блюда накрывают крышками клоше, горячие напитки в кофейниках или чайниках располагают в ящике под столешницей столика.

Официанты подразделения room-service должны хорошо знать стандарты подачи заказа в номер, расположение всех основных служб гостиницы, меню и карту вин ресторана. Если гость затрудняется в выборе блюд, order taker должен предложить ему сбалансированный обед или ужин. Приняв заказ по телефону, order taker переда-

ет его на кухню и в сервис-бар. Большую группу обычно обслуживают два официанта. При этом один подбирает предметы сервировки, получает и доставляет заказ, второй сервирует стол и обслуживает гостей.

В номерах гостиниц применяют такую дополнительную услугу, как **мини-бар**. В службе room-service предусмотрены специальные штатные единицы, которые обслуживают мини-бары в номерах. Заполнение мини-бара продукцией определенного ассортимента осуществляет супервайзер после подготовки гостиничного номера к проживанию гостей. Каждая гостиница имеет карту вин, куда входят наиболее популярные напитки в небольших емкостях, а также изделия в мелкой расфасовке: орешки, шоколад, соломка (соленая и сладкая), печенье. Гость, проживающий в гостинице, отмечает перечень и количество взятой им продукции в специальном листе учета, который он сдает при выезде из гостиницы для включения в общий счет.

5.4. Организация работы поэтажных буфетов

Поэтажные буфеты, как правило, начинают работу с 7 часов и заканчивают в 22 – 23 часа с перерывом.

В зависимости от расположения номеров могут выделяться специальные помещения для официантов, которые обслуживают проживающих в номерах. Помещения оборудуют шкафами или сервантами для хранения запаса посуды, столовых приборов и т.д.

Прием заказов должен фиксироваться в книге предварительных заказов, где указывают, в какой номер, к какому времени, на сколько человек, какие блюда и напитки следует доставлять.

При обслуживании через поэтажный буфет дежурный официант, получив вызов по телефону, приходит в номер и уточняет, был ли вызов. Затем при необходимости оказывает помощь в выборе блюд и напитков, определяет время начала обслуживания, принимает заказ. Из служебного помещения официант по телефону передает заказ на кухню или в буфет ресторана, подготавливает посуду, приборы, специи, ставит их на поднос. Затем все необходимое доставляет в номер.

Санитарно-гигиенические правила требуют, чтобы блюда и продукты подавали в номера гостиниц в посуде, которая имеет крышку или накрыта салфеткой. Подав в номер заказ на подносе, официант ставит его на тумбочку, после чего стелет на стол небольшую ска-

терть или раскладывает салфетки. На них он перекладывает предметы сервировки блюд и напитков. После того как подача заказа завершена, официант в назначенное заказчиком время получает в номере по оставленным счетам деньги, собирает и вывозит освободившуюся посуду в поэтажный буфет.

Контрольные вопросы

1. Какие требования предъявляют к предприятиям питания при гостинице?
2. Приведите виды организации питания в гостиничных комплексах?
3. Охарактеризуйте питание в гостинице по системе All inclusive и Ultra all inclusive.
4. Что такое «Extra all inclusive»?
5. Какие виды завтраков организуют в гостиницах? Назовите их отличительные особенности.
6. По каким системам организуют питание потребителей в гостиницах? Охарактеризуйте их.
7. Какие методы обслуживания применяют при организации питания в гостиницах?
8. В чем заключаются особенности обслуживания по принципу «а ля карт»?
9. Охарактеризуйте обслуживание по типу «А парт».
10. Охарактеризуйте обслуживание по типу «Табльдот»?
11. Какие методы организации питания в гостинице предполагают самообслуживание гостей?
12. Назовите правила обслуживания гостей в номерах гостиниц?
13. Как определяется плата за организацию питания в номерах гостиниц?
14. Кто принимает заказы от проживающих в гостинице на обслуживание в номерах?
15. Какие виды завтраков наиболее удобны для доставки в номера? Укажите почему.
16. Назовите правила обслуживания при организации питания в номерах гостиниц.
17. Охарактеризуйте работу поэтажных буфетов.

6. ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В ТУРИЗМЕ

6.1. Обслуживание различных контингентов туристов

Иностранные туристы путешествуют индивидуально или группами.

Индивидуальное путешествие – независимое путешествие одного или нескольких туристов в группе, насчитывающей менее 15 человек (предусматривается персональное обслуживание). В любом случае путешествия проводятся по заранее выбранным маршрутам и программам пребывания и имеют определенную цель и продолжительность. Это представители иностранных промышленных, торговых и финансовых фирм, участники переговоров, аукционов, ярмарок и т.д. Обслуживание их осуществляется по таким классам, как: люкс-апартамент, люкс, первый класс, туристский класс и кемпинг.

Групповое (коллективное) путешествие предполагает совместную поездку 15 и более человек по единому маршруту и на одинаковых для всех условиях. Объединение туристов в одну группу обусловливается общностью целей поездки, а также более низкими ценами на туры по сравнению с индивидуальными поездками в связи с предоставлением групповых скидок. Группы туристов путешествуют по территории России авиационным, железнодорожным и автомобильным транспортом, в том числе на автобусах иностранных фирм. Обслуживание групп туристов осуществляется по классам: полулукс, первый класс, туристский класс, кемпинг. Кроме того, выделяются еще удешевленный и школьный туры.

Обслуживание групп туристов в ресторанах и кафе

На предприятиях питания, обслуживающих группы иностранных туристов, должны быть специальные журналы для регистрации отпуски питания с указанием даты, страны, откуда прибыли туристы, номера извещения, класса обслуживания, вида питания (завтрак, полупансион, пансион), количества туристов по заявке и получивших питание, стоимости фактически отпущенного питания.

Завтрак предоставляется туристам с 7 до 10 ч; обед – с 12 до 15 ч; ужин – с 17 до 20 ч.

Как правило, в ресторанах при гостиницах *завтрак* организуют туристам в виде *шведского стола* с самообслуживанием и выбором блюд из представленного ассортимента. Сервировка столов к завтраку должна быть минимальна.

Детям от 2 до 12 лет, путешествующим в составе группы туристов, питание предоставляется по специальному меню с 50 %-й скидкой стоимости питания соответствующего класса обслуживания.

При обслуживании туристов *континентальными завтраками* производят предварительную сервировку столов на шесть – восемь человек, затем в торце стола ставят группами чашки с блюдами и ложками для горячих напитков. Горячую закуску (яичницу-глазунью или блины) или легкое второе блюдо (яйцо всмятку или омлет, кашу молочную) официант подает европейским методом.

Аналогично производят обслуживание туристов полными завтраками, но на столы заранее ставят не один вид закуски, а в ассортименте (сыр, колбаса сырокопченая, ветчина, карбонат). Для ускорения обслуживания туристам предлагают один вид континентального или полного завтрака.

При отсутствии шведского стола меню завтрака должно ежедневно меняться. К завтраку и обеду на стол обязательно ставят кувшин с охлажденной кипяченой водой и по просьбе гостей контейнер для льда с щипцами.

В гостиницах, имеющих более высокие категории (4 или 5 звезд), туристы могут заказать завтрак в ресторане, кафе или поэтажном баре по меню а ля карт или с доставкой в номер. В номерах, оснащенных кухнями и мини-барами, туристам предоставляется возможность готовить завтрак самостоятельно.

Обед, как правило, состоит из холодной закуски, супа, одного второго горячего блюда, десерта, кофе или чая. В меню ужина включают холодную закуску, второе горячее блюдо, десерт и горячий напиток. К обеду и ужину подают прохладительные напитки или пиво.

Меню обеда и ужина составляют в двух вариантах на каждый день в пределах согласованной с заказчиком суммы и накануне предлагают для выбора руководителю группы туристов через гида-переводчика (если обед и ужин организуют без шведского стола).

Предварительное накрытие столов к обеду осуществляют следующим образом. Столы сервируют так же, как и к комплексному обеду. По торцам стола расставляют чашки с блюдами и ложками для кофе и чая. Заранее на стол ставят закуску против каждого гостя. Суп в супнице с разливательной ложкой на пирожковой тарелке располагают ближе к центру стола. На стол ставят также корзинку с хлебом, вазу с выпечными изделиями или пирожными, сладкие блюда

в креманках. Подачу горячих блюд осуществляют европейским методом. Горячие напитки официанты разливают из чайников и кофейников.

Предварительное накрытие столов к ужину осуществляют аналогично обеду, но без первых блюд.

В залах предприятий организуют реализацию продукции сервис-бара с тележек: фрукты, мучные кондитерские изделия, конфеты, шоколад, прохладительные напитки, соки. На всю продукцию сервис-бара должны быть ценники, заборный лист или накладная.

За рубежом широко распространена форма обслуживания групп туристов, получившая название «табльдот». За 10 – 15 мин до начала обслуживания на предварительно сервированные столы ставят прохладительные напитки или кипяченую воду со льдом, хлеб и булочки. Холодные закуски раскладывают на большие закусочные тарелки маленькими порциями, составляя из них красочные композиции, и ставят на столы до прихода гостей. Остальные блюда подают европейским методом.

При организации обслуживания групп иностранных туристов следует использовать бригадно-звеньевой метод. Бригада состоит из бригадира и двух-трех официантов. Бригадир постоянно находится в зале, обслуживает потребителей, принимает заказы на дополнительную продукцию за наличный расчет, руководит работой официантов. Члены бригады сервируют столы, получают продукцию на раздаче или в сервис-баре, доставляют ее в зал, обслуживают потребителей и производят сбор использованной посуды.

Метрдотель, официанты и бармены должны знать как минимум один из европейских языков. В бригаду включаются официанты, владеющие различными языками. Все работники, обслуживающие иностранных туристов, должны быть одеты в форменную или санитарную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца. Одежда должна иметь фирменные знаки с указанием категории предприятия и соответствующего числа звезд.

Все работники туристских предприятий питания должны носить бэйджик с эмблемой предприятия и указанием фамилии, имени и должности.

Обслуживание индивидуальных туристов в ресторане

Для питания туристов-индивидуалов выделяют отдельный зал. Иностранных туристов обеспечивают трехразовым питанием (завт-

рак, обед и ужин). Завтрак предоставляется по безналичному расчету, если его стоимость входит в стоимость тура, или за наличный расчет.

Служба приема и обслуживания информирует иностранных туристов о режиме работы предприятий питания, видах предоставляемых услуг, формах расчета за них, а также о месте и времени питания.

Завтрак индивидуальным туристам в ресторане и кафе предоставляется в гостинице проживания. Стоимость завтрака включается также в стоимость туров, продаваемых агентствами иностранным туристам.

Завтрак для индивидуальных туристов может быть организован в отдельном зале, на специально выделенных столах в общем зале ресторана, на шведском столе и по желанию туриста – в номере проживания.

Завтрак в ресторанах предоставляется по предъявлении визитной карточки гостиницы, которая отличается от обычной цветом, наличием штампа «завтрак», цветной полосой или другими признаками. Места питания должны быть обозначены специальными табличками на столах.

Заявку на необходимое количество завтраков в соответствии с количеством проживающих в гостинице туристов-индивидуалов, в том числе детей, служба приема и обслуживания передает в ресторан не позднее 21 ч накануне дня обслуживания за подписью ответственного лица. Завтрак может быть организован как шведский стол или по желанию туриста в номере.

Метрдотель ресторана при встрече гостя просит предъявить визитную карточку, делает отметку в ведомости по отпуску оплаченного завтрака и провожает гостя к столу. Официант в специальной секции кассы «Расчет в кредит» получает продукцию из кухни и сервис-бара и обслуживает гостя. Если завтрак не входит в стоимость тура, то официант обслуживает гостя по меню а ля карт. Бухгалтерия гостиницы ежедневно передает в ресторан один экземпляр ведомости предоставления индивидуальным туристам завтрака в гостинице. Метрдотель передает ведомость в кассу ресторана для включения ее в отчет вместе с заявкой на отпуск завтраков.

При составлении меню рекомендуется использовать недельное меню туристских завтраков.

Завтрак детям в возрасте от 2 до 12 лет, приезжающим с родителями, предоставляется также по визитным карточкам гостиницы. Алкогольные напитки, табачные и кондитерские изделия промышленного производства в стоимость завтрака не включаются.

В случае раннего выезда из гостиницы туристу предоставляется дорожный набор на сумму завтрака. Стоимость неиспользованных завтраков туристу не возвращается. Завтраки иностранным индивидуальным туристам в ресторанах предоставляются за наличный расчет.

Порядок расчета и учета реализуемых блюд при предоставлении завтраков индивидуальным туристам в гостинице проживания следующий:

- закуски, блюда, напитки отпускаются официантам из кухни и буфета согласно меню по кассовым чекам, напечатанным на отдельной кассовой машине;
- бухгалтерия гостиницы ежедневно выдает ресторану один экземпляр пронумерованного бланка, который заполняет метрдотель;
- метрдотель совместно с кассиром-операционистом снимает показания кассовой машины и записывает в ведомость итоговую сумму, после чего ведомость передается в кассу ресторана для последующего включения ее в отчет вместе с заявкой на отпуск завтраков.

Обеды и ужины предоставляются иностранным индивидуальным туристам по меню заказных блюд, которое должно быть напечатано на русском и нескольких иностранных языках. Питание предоставляется в ресторанах или кафе за наличный расчет в рублях и по кредитным карточкам. Информацию о предоставлении услуг по кредитным карточкам, в том числе эмблемы иностранных фирм, помещают на видных местах в гостинице, ресторане, кафе.

6.2. Требования к предприятиям питания, обслуживающим туристов

Организация питания иностранных туристов осуществляется в ресторанах, барах, кафе, столовых. Данные предприятия могут иметь собственные здания или использовать их на правах аренды. Некоторые предприятия работают самостоятельно. Однако большинство из них расположены в туристско-гостиничных комплексах или гостиницах и являются их структурным подразделением.

Лестницы, ведущие к входу на предприятие питания, расположенное автономно, должны быть снабжены специальными пандусами для передвижения детских и инвалидных колясок, а вход оборудован козырьком для защиты от атмосферных осадков.

У входа размещаются урны для мусора, телефоны-автоматы. Здесь рекомендуется размещать средства рекламы, композиции из зеленых насаждений, скульптуры и другие элементы декоративного оформления.

На территории, прилегающей к предприятию питания, не допускается: проводить погрузочно-разгрузочные работы, складировать тару, строительные материалы, размещать контейнеры с мусором; сжигать мусор, отходы и порожнюю тару.

Вход на предприятие должен обеспечивать одновременное движение двух встречных потоков посетителей на выход и вход. Створки дверей должны открываться без чрезмерных усилий и автоматически закрываться за посетителем, не заставляя его ускорять движение.

Помещения для посетителей туристских предприятий питания должны удовлетворять санитарно-гигиеническим, противопожарным и техническим требованиям к общественным помещениям, обеспечивать безопасные и комфортные условия по температуре и влажности. Обязательным и безусловным требованием является отсутствие посторонних запахов, особенно из кухни и туалетов.

Интерьеры помещений для потребителей не следует перегружать элементами декоративного оформления, затрудняющими уборку помещений и ухудшающими санитарно-гигиенические условия. Материалы, используемые в оформлении интерьера помещений для потребителей, должны соответствовать требованиям санитарно-гигиенической и пожарной безопасности.

Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими ориентироваться потребителям. В вестибюле на видном месте должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующего о присвоении ему определенной категории с соответствующим количеством звезд (для гостиницы) и класса (люкс, высший, первый) для ресторана.

Оборудование помещений должно предусматривать возможность посещения предприятия питания инвалидами и посетителями с детьми, если гостиница, при которой оно расположено, предусматривает возможность проживания инвалидов и туристов с детьми соответствующего возраста или данное предприятие питания обслуживает потребителей, не проживающих в гостинице. Освещение помещений для потребителей должно соответствовать требованиям действующей нормативно-технической документации.

Режим работы предприятий питания, расположенных в гостинице, устанавливается с 7 до 23 ч или круглосуточно.

Предприятие, обслуживающее туристов, обязано иметь сертификат на безопасность услуг общественного питания, а также лицензии на отдельные виды деятельности.

Рестораны при четырех- и пятизвездочных отелях должны иметь несколько залов (возможна специализация на приготовлении блюд национальной, зарубежной кухни), отдельные кабинеты, банкетные залы, трансформируемые в конференц-зал, ночные клубы (пять звезд). При трех- и пятизвездочных отелях обязательны бары в вестибюле (лобби-бар) и поэтажные. В одно- и двухзвездочных отелях услуги питания предоставляются потребителям в ресторанах и кафе.

По методам обслуживания туристские предприятия питания классифицируются на предприятия, работающие по методу самообслуживания и с обслуживанием официантами.

Туристские предприятия второй – пятой категорий (звезд) должны гарантировать потребителям выбор любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двух- или трехразовое питание), работу хотя бы одного кафе или бара в любое время суток (четырёх- и пятизвездочные отели); бронирование мест в ресторане; обслуживание в номере гостиницы.

Выделяют *три основных способа предоставления* услуг питания:

- питание, оплаченное туристом;
- питание, не включенное в стоимость тура и предоставляемое за дополнительную плату;
- самообслуживание.

Оплаченное питание предполагает включение в стоимость гостиничного номера или тура всех расходов на питание туристов. Это может быть только завтрак (континентальный или полный); завтрак и ужин, или завтрак и обед или обед – ужин (полупансион); трехразовое питание (полный пансион). Иногда в стоимость питания включают прохладительные (вода, соки) и алкогольные напитки (пиво, шампанское, вина). Если *питание не включено в стоимость тура*, то за него турист платит в месте пребывания и оказания этой услуги.

Самообслуживание означает, что туристы сами себе готовят пищу (чаще всего в пансионатах, кемпингах) или питаются в залах ресторанов, где установлен шведский стол, или в кафе.

В сфере питания особое значение имеет быстрое и четкое обслуживание туристов. Меню в месте пребывания туристов должно быть понятно всем участникам группы, а цены указаны в валюте страны. Питание должно соответствовать затраченным на него средствам и не

нанести вреда здоровью туристов. Неудовлетворенность питанием из-за плохой организации, недостаточно высокого качества приготовления пищи или низкого уровня обслуживания может испортить впечатление от поездки и нанести ущерб туристской фирме.

Шведский стол (буфет) позволяет гостям свободно выбирать любые выставленные на нем блюда.

Табльдот – форма обслуживания официантами групп туристов по меню обеда или ужина с ограниченным ассортиментом блюд за предварительно накрытыми столами на четыре, шесть, восемь человек.

Форма обслуживания по меню а ля карт предусматривает свободный выбор туристом блюд по предлагаемому рестораном меню (для индивидуалов и небольших групп).

6.3. Услуги питания в пути следования

Питание иностранных туристов в пути следования организуется в вагонах-ресторанах, ресторанах морских и речных судов, в ресторанах и кафе железнодорожных, морских и речных вокзалов и аэропортов. Обеспечение питанием иностранных туристов в пути следования осуществляется в соответствии с договорами, заключенными советами по туризму и экскурсиям с организациями питания, конторами, предприятиями вагонов-ресторанов.

ВАО «Интурист», интурбюро обязаны представить предприятиям вагонов-ресторанов заявки на питание отдельных групп туристов не позднее чем за 24 ч до начала обслуживания. В заявках на питание должны быть указаны: номер группы, национальность, число туристов, маршрут следования, начало и конец обслуживания. Предприятия вагонов-ресторанов по получении заявок обязаны обеспечить вагоны-рестораны запасом продуктов и напитков и организовать снабжение их в пути следования необходимыми продовольственными товарами.

Гид-переводчик и руководитель группы согласовывают с администрацией вагона-ресторана меню и часы обслуживания группы туристов в пути следования. Администрация вагона-ресторана обязана информировать по радио о времени подачи завтрака, обеда, ужина туристам. Текст информации дается на иностранном языке.

В случае отсутствия в составе поезда вагона-ресторана иностранные туристы обеспечиваются по заявке Интурбюро наборами продуктов.

6.4. Особенности обслуживания иностранных туристов

Питание туристам предоставляется в полном соответствии с условиями, оговоренными в путевке, ваучере, договоре, – в ресторане, кафе, столовых, барах.

На бланке туристской путевки указывается вид питания: П(ФВ)1 – полный пансион (завтрак, обед и ужин), ПП (НВ) – полупансион (двухразовое питание), предусматривающий предоставление туристам завтрака и обеда или завтрака и ужина, З(ВВ) – только размещение и завтрак и др.

Туристский ваучер – документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура и подтверждающие факт их оказания. Ваучеры разрабатываются каждой фирмой индивидуально в соответствии с конкретными условиями контракта. Ваучерами, как правило, пользуются иностранные туристы, но при определенных условиях ваучер может выступать как официальный документ, гарантирующий туристам оказание услуг, указанных в договоре.

Договор на предоставление услуги питания туристам в ресторане, кафе устанавливает взаимные обязательства сторон и включает следующие пункты:

- номер, дату и место заключения договора;
- наименование заказчика с указанием его организационно-правовой формы;
- наименование и реквизиты предприятия питания;
- предмет договора (оказание услуги питания по заявке заказчика);
- права, обязательства и ответственность сторон;
- стоимость услуг и порядок расчетов;
- сроки действия договора.

Извещение – документ, подтверждающий прибытие группы туристов, в котором указывают номер авиарейса (поезда), дату прибытия, численность и состав туристов, особенности питания (вегетарианцы, мусульмане, диабетики, дети и т.д.), фамилию руководителя группы или турменеджера, дополнительные виды обслуживания.

Представитель заказчика (гид-переводчик), ответственный за обслуживание группы иностранных туристов, обязан обеспечить прибытие группы в часы, обусловленные в заявке. В случае задержки или изменения времени, количества туристов переводчик обязан поставить в известность администрацию предприятия не позднее чем за три часа до начала обслуживания.

Если представитель не сообщит об изменении указанных в заявке времени обслуживания и количества участников группы туристов, а питание будет подготовлено к указанному в заявке сроку, заказчик обязан возместить предприятию стоимость приготовленной продукции. На не подлежащую реализации продукцию составляется акт в трех экземплярах, каждый из которых подписывает руководитель предприятия, представитель заказчика и материально ответственное лицо, чью продукцию актируют, и санитарный врач. В соответствии с актом продукция подлежит уничтожению в присутствии лиц, подписавших акт.

За фактически предоставленные услуги представитель заказчика выдает руководителю предприятия питания два экземпляра ваучера, которые должны быть подписаны им и представителем ресторана или кафе. Первый экземпляр ваучера вместе со счетом предприятия питания предъявляется заказчику для оплаты.

На предприятиях питания, обслуживающих иностранных туристов, должна быть книга отзывов и предложений и книга контроля качества обслуживания.

Контрольные вопросы

1. Что такое индивидуальное и групповое путешествие?
2. Как происходит обслуживание групп туристов на предприятиях питания при гостинице.
3. Назовите особенности обслуживания туристов-индивидуалов.
4. Каков порядок расчета и учета реализуемых блюд при предоставлении питания индивидуальным туристам?
5. Укажите правила составления меню при организации питания туристов.
6. Как производится сервировка стола при обслуживании туристов?
7. Какое питание предоставляется туристам в случае раннего выезда из гостиницы?
8. Приведите требования к предприятиям питания, обслуживающих туристов.
9. Назовите и охарактеризуйте основные способы предоставления услуг питания туристам.
10. Какие особенности имеет обслуживание питанием иностранных туристов?
11. Как предоставляются услуги питания туристам в пути следования?

ЛИТЕРАТУРА

1. Азбука ресторатора: Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе. – М.: Издательство Жигульского (ООО «Бизнес ту Бизнес Продакшн Групп «Би-Би-Пи-Джи»), 2009. – 216с. (Серия «Современные ресторанные технологии»).
2. Артемова, Е.Н. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебно-методическое пособие / Е.Н. Артемова, С.Ю. Козлова, Н.В. Мясищева. – Орел: ОрелГТУ, 2007. – 129 с.
3. Артемова, Е.Н. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебно-методическое пособие для вузов / Е.Н. Артемова, Н.В. Мясищева. – Орел: ОрелГТУ, 2010. – 306 с.
4. Белошапка, М.И. Технология ресторанного обслуживания / М.И. Белошапка. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 224 с.
5. Извекова, В.Г. Бармен, официант / В.Г. Извекова. – М.: «Дашков и К», 2009. – 320 с.
6. Кучер, Л.С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для средних специальных заведений / Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова. – М.: Деловая литература, 2010. – 544 с.
7. Могильный, М.П. Стандарт организации (предприятия общественного питания). Обслуживание официантами (разработка правил, инструкций и регламентов) / М.П. Могильный, Н.П. Башкатова, А.Ю. Баласанян. – М.: ДеЛи принт, 2009. – 282 с.
8. Могильный, М.П. Организация и технология обслуживания питанием в гостиничных комплексах / М.П. Могильный, А.Ю. Баласанян. – М.: ДеЛи принт, 2010. – 176 с.
9. Мясищева, Н.В. Новые концепции создания ресторанов / Н.В. Мясищева, О.А. Заморина // Общественное питание: наука и производство. – 2011. – № 2. – С. 10 – 14.
10. Радченко, Л.А. Обслуживание на предприятиях общественного питания: учебное пособие для колледжей, профессиональных училищ, лицеев / Л.А. Радченко. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 384 с.
11. Усов, В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для учащихся учреждений начального профессионального образования и студентов средних профессиональных учебных заведений / В.В. Усов. – М.: Академия, 2010. – 416 с.
12. Ридель, Х. Бары и рестораны. Техника обслуживания / Х. Ридель. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 352 с.

Учебное издание

Артемова Елена Николаевна
Мясищева Нина Викторовна

**СОВРЕМЕННЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ.
ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В РЕСТОРАНАХ,
ГОСТИНИЦАХ И ТУРИЗМЕ**

Учебное пособие

Редактор И.А. Хлюпина
Технический редактор Т.П. Прокудина

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Государственный университет - учебно-научно-
производственный комплекс»

Подписано к печати 26.12.2012 г. Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. 15,3. Тираж 100 экз.

Заказ № _____

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК»,
302030, г. Орел, ул. Московская, 65.