

Комратский колледж им. Михаила Чакира



АКУЛОВА О.А.

ТЕХНОЛОГИЯ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Курс лекций

Комрат 2025

Составитель Акулова Ольга Анатольевна
Магистр экономических наук
Преподаватель экономических дисциплин

Курс лекций «Технология ресторанных услуг». / Сост. Акулова О. А., Комрат,
2022 – 46с.

В данном курсе представлены лекционные материалы по дисциплине «Технология ресторанных услуг». Курс составлен в соответствии с куррикулумом дисциплины.

Предназначен для учащихся колледжа, специальности «Туризм», изучающих дисциплину «Технология ресторанных услуг», также может быть использован преподавателями при подготовке к урокам по данной дисциплине

Печатается по решению научно-методического совета колледжа имени Михаила Чакира, Комрат

(протокол № 1 от 05.09 2022г.)

Содержание

	Введение.....	5
Тема 1	Сущность ресторанного бизнеса и услуг общественного питания.....	6
	1.1. Понятие и функции ресторанного бизнеса.....	6
	1.2. Определение и виды услуг общественного питания.....	7
	1.3. Основные тенденции развития ресторанного бизнеса в Республике Молдова.....	10
Тема 2	Классификация предприятий общественного питания.....	11
	2.1. По характеру производства.....	11
	2.2. По ассортименту выпускаемой продукции.....	12
	2.3. По уровню обслуживания и контингенту обслуживания.....	12
	2.4. По времени и месту функционирования.....	14
	2.5. Рестораны.....	14
	2.6. Бары.....	15
	2.7. Столовые.....	17
	2.8. Кафе.....	17
	2.9. Закусочные.....	18
	2.10. Другие предприятия общественного питания.....	19
Тема 3	Персонал предприятий общественного питания.....	20
	3.1. Понятие, общие требования и категории работников предприятий общественного питания.....	20
	3.2. Квалификационные требования к административному персоналу.....	21
	3.3. Квалификационные требования к обслуживающему персоналу.....	22
	3.4. Квалификационные требования к производственному персоналу.....	23
Тема 4	Оборудование и организация помещений предприятий общественного питания	24
	4.1. Требования, предъявляемые к компоновке помещений предприятий общественного питания.....	24
	4.2. Виды и характеристика торговых помещений.....	25
	4.3. Производственные помещения предприятий общественного питания.....	28
	4.4. Административные помещения предприятий общественного питания.....	29
	4.5. Мебель залов.....	30
	4.6. Интерьеры торговых залов.....	31
	4.7. Освещение и цветовые решения торгового зала.....	31
	4.8. Вентиляция помещений общественного питания.....	32
Тема 5	Подготовка помещений ресторана к приему клиентов.....	32
	5.1. Начало рабочего дня.....	32
	5.2. Уборка и подготовка зала.....	33
	5.3. Сервировка стола.....	34
Тема 6	Этапы обслуживания клиентов.....	37
	6.1. Процесс обслуживания клиентов ресторана.....	37
	6.2. Выполнение заказа.....	38
	6.3. Методы сервиса клиентов.....	40
Тема 7	Меню предприятий общественного питания.....	41
	7.1. Понятие меню. Основные требования к разработке меню.....	41
	7.2. Технология создания меню.....	42
	7.3. Сезонность меню.....	43
	Литература.....	46

Введение

Общественное питание играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, изменением технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов. Ввиду быстрого развития в последние годы сети общественного питания некоторые информационные области в данном секторе услуг не получили должного внимания и данные о состоянии этой группы объектов достаточно разнородны, иногда - противоречивы. Вместе с тем, общественное питание является одним из важнейших факторов, дающих интегральную оценку социально-экономического уровня общества и понимание его состояния необходимо для формирования перспективных планов как для представителей отрасли, так и для развития в целом отрасли гостеприимства и туризма. Все это обуславливает важность изучения дисциплины «Технология ресторанных услуг» в рамках учебного плана специальности Туризм.

Курс лекций «Технология ресторанных услуг» предназначен для студентов колледжей, специальности Туризм, изучающих дисциплины специализации. В данном представлены учебные теоретические материалы, необходимые в процессе самостоятельной работы студентов.

Тема 1 Сущность ресторанного бизнеса и услуг общественного питания

1.4. *Понятие и функции ресторанного бизнеса*

1.5. *Определение и виды услуг общественного питания*

1.6. *Основные тенденции развития ресторанного бизнеса в Республике Молдова*

1.1. *Понятие и функции ресторанного бизнеса*

Ресторан (от фр. *restaurer*, восстановить, крепить) – заведение, которое продает готовую еду и напитки по заказу для употребления в пищу на месте.

Ресторанный бизнес – предпринимательская деятельность за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, в области ресторанного дела.

Ресторанный бизнес - это сфера предпринимательской деятельности, связанной с организацией и управлением рестораном или иным предприятием общественного питания, направленная на удовлетворение имеющихся потребностей людей во вкусной, разнообразной и здоровой пище, а также получения прибыли. Как сфера предпринимательской деятельности ресторанный бизнес свои функции:

- экономические
- социальные.

Экономические функции ресторанного бизнеса представляют сферу предпринимательской деятельности как единство производства и обращения. Это означает, что этот бизнес является выгодной сферой для инвестирования, что, по сравнению с другими сферами бизнеса обеспечит наиболее быструю оборачиваемость вложенных средств. При правильном и умелом управлении ресторанный бизнес может обеспечивать процент рентабельности около 32%, который в совокупности с быстрой оборачиваемостью является весьма привлекательным фактором для инвестирования в данную область предпринимательства.

Только рыночная экономика создаёт условия для реальной работы ресторана, функционирование которого определяется рамками существующего экономического пространства, оборачиваемостью вложенных средств и условиями конкуренции, возможностями инвестирования.

Ресторанный бизнес требует постоянного изучения и систематизации имеющихся потребностей клиентуры, так как именно клиент является центральной фигурой во всём функциональном процессе ресторана, бара, кафе или буфета. В то же время условия конкуренции диктуют ресторанному бизнесу необходимость постоянных нововведений и формирования новых потребностей, вкусов, привычек и предпочтений среди потенциальных клиентов.

Социальные функции ресторанного бизнеса проявляются в том, что данная сфера предпринимательства полностью базируется на общественных интересах и зависти от них. Социальная функция ресторанного бизнеса находит своё отражение в культуре, а также в форме и методах обслуживания.

Запросы посетителей диктуют качество обслуживания в ресторанном бизнесе, которое, в свою очередь, определяется объёмом, видом и характером предоставляемых рестораном услуг. Качество обслуживания определяется следующими факторами:

- удобное расположение ресторана;
- подходящий для посетителей режим работы;
- качественная кулинарная продукция;

- помещение, посуда и мебель, отвечающие санитарно-гигиеническим требованиям;
- атмосфера гостеприимства, создаваемая внимательным, вежливым и любезным по отношению к гостям обслуживающим персоналом.

Удобство расположения ресторана зависит от близости к оживлённым улицам, магистралям, городским достопримечательностям и памятникам культуры, а также от наличия хороших транспортных коммуникаций (желательна связь с сетью городского транспорта) и охраняемой автостоянки.

Подходящий для посетителей режим работы ресторана связан с ритмом жизнедеятельности горожан.

Это может быть круглосуточный режим, работа в послеобеденные и поздние вечерние часы, выходные дни и праздники. Выбор режима работы связан с предпочтениями и возможностями целевой группы посетителей ресторана, имеющей возможность посетить заведение именно в этот промежуток времени.

Качество кулинарной продукции является критерием уровня кухни ресторана, который определяется пищевой ценностью блюд, вкусовыми качествами и соблюдением санитарно-гигиенических требований.

Удобство обеденных, торговых и банкетных залов в первую очередь связано с эстетикой интерьера, с его соответствием требованиям, предъявляемым к расположению ресторанных помещений, их оборудованию, освещению, а также сервировке столов и музыкально-развлекательной программе заведения.

Финансовый результат предприятия ресторанного бизнеса напрямую зависит от качества обслуживания, которое формирует устойчивый поток посетителей, желающих воспользоваться предлагаемыми услугами и насладиться уровнем предоставляемого сервиса.

Развитие культуры обслуживания влечет за собой количественный рост клиентуры, что приводит к увеличению товарооборота, повышению рентабельности и снижению издержек обращения ресторанного бизнеса.

Обязательная составляющая ресторанного бизнеса - ресторанный рынок. Рыночная экономика заставляет развиваться и двигаться ресторанный рынок, поэтому в широком понимании под ресторанным рынком подразумевают экономическую среду, в которой формируется ресторанный бизнес.

Помимо кулинарной и буфетной продукции товаром, приобретаемым потребителями, является и атмосфера гостеприимства, сопровождающая реализацию продукции. Эта услуга имеет стоимостное выражение, так как на ее создание были направлены финансовые ресурсы, выражаемые в прямых и косвенных затратах, то есть ресторанный рынок имеет двойственный характер.

1.2. Понятие и виды услуг общественного питания

Услуга общественного питания - 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.

Исполнитель услуги - предприятие общественного питания и граждан предприниматель, выполняющие работы по производству, реализации и организации потребления кулинарной продукции.

Потребитель услуги общественного питания - гражданин, пользующийся услугами питания, обслуживания, досуга.

Услуги общественного питания оказываются в ресторанах, кафе, барах, столовых, закусочных и других местах общественного питания, типы которых, а для ресторанов и баров также их классы (люкс, высший, первый) определяются исполнителем в соответствии с государственным стандартом.

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 видеопрограмм 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:*
- 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.

Общие требования к услугам общественного питания:

- соответствие целевому назначению;
- точность и своевременность предоставления;
- безопасность и экологичность;
- эргономичность и комфортность;
- эстетичность;
- культура обслуживания;
- социальная адресность;
- информативность.

Специфические правила оказания услуг общественного питания в республике Молдова регулируются Постановлением Правительства Республики Молдова №г. 1209 от 08.11.2007 «о предоставлении услуг общественного питания».

1.3. Основные тенденции развития ресторанного бизнеса в Республике Молдова

За годы независимости Республики Молдова сектор общественного питания претерпел существенное изменение. Эти изменения обусловили следующие тенденции:

- Стабильное развитие ресторанного бизнеса в Молдове, начиная с 1992 г.
- Создание ресторанами благоприятного имиджа для своих заведений.
- Формирование положительного мнения о ресторане среди постоянных потребителей.
- Внимание к фирменному стилю и появление концептуальных предприятий общественного питания.
- Расширение ассортимента услуг и кейтеринг-обслуживание.
- Создание демократических ресторанов, ресторанных сетей по всей территории Республика Молдова, таких как Andys Pizza, Salat и другие.
- Изменение структуры предприятий общественного питания, которая представлена следующими сегментами: гастрономические рестораны, корпоративное питание, быстрое обслуживание, социальное питание.
- Стремление части населения к получению «здорового питания» и формированию рациона с учетом состояния собственного здоровья.

- Качественный рост пищевой промышленности, относительно эффективное сельское хозяйство (поддерживающая и родственная отрасль), система подготовки кадров, стабильный платежеспособный спрос.

Причин для развития ресторанов в Молдове много. Во-первых, сфера общепита дает много рабочих мест, в которых так нуждаются жители нашей страны. Во-вторых, у нас не так много мест, где можно отдохнуть. Эту нишу прекрасно заполняют рестораны. В-третьих, в Молдову все чаще приезжают иностранцы, и им нравится в наших ресторанах еда и обслуживание. Они составляют довольно многочисленный сегмент посетителей.

Тема 2 Классификация предприятий общественного питания

2.1. По характеру производства

2.2. По ассортименту выпускаемой продукции

2.3. По уровню обслуживания и контингенту обслуживания

2.4. По времени и месту функционирования

2.5. Рестораны

2.6. Бары

2.7. Столовые

2.8. Кафе

2.9. Закусочные

2.10. Другие предприятия общественного питания

2.1. По характеру производства

По характеру производства выделяют следующие предприятия общественного питания:

- заготовочные предприятия;
- доготовочные предприятия;
- раздаточные предприятия.

Заготовочное предприятие общественного питания может быть представлено отдельными цехами или комплексами цехов со своими общими или отдельными производственными функциями и задачами.

Цехи предназначены для централизованного механизированного производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий и снабжения ими доготовочных предприятий, магазинов кулинарии и предприятий розничной торговли. Они специализируются на переработке сырья и выпуске полуфабрикатов различной степени готовности и кулинарных изделий из овощей, рыбы, мяса животных и птицы, мучных кондитерских изделий.

Доготовочные предприятия общественного питания осуществляют приготовление блюд из полуфабрикатов и кулинарных изделий, их реализацию и организацию потребления. Доготовочные предприятия могут находиться в самостоятельном управлении или представлять собой структурное подразделение организационной системы.

Раздаточные предприятия реализуют готовую продукцию, полученную от заготовочных и других предприятий, и организуют её потребление в залах. Функция производства в них почти отсутствует.

Предприятия смешанного типа выполняют все три функции, т.е. осуществляют полный цикл производственно-торгового процесса.

2.2. По ассортименту выпускаемой продукции

По ассортименту выпускаемой продукции выделяют следующие предприятия общественного питания:

- универсальные;
- специализированные.

Универсальные предприятия выпускают блюда из разных видов сырья. А специализированные из определённого вида сырья. Специализация ресторанов может быть очень разнообразной: быстрое обслуживание, семейные, повседневные и другие.

Рестораны могут специализироваться и на приготовлении национальных кушаний, завтраков, обедов и т.п.

Рестораны быстрого обслуживания предлагают меню, которое ограничивается гамбургерами, жареным картофелем, хот-догами, цыплятами, разными рыбными и национальными кушаньями типа мексиканского «тако», итальянской пиццы и т.п. Стандартизация меню разрешает значительно ускорить обслуживание. Во многих из них посетители даже самые накладывают еду и убирают посуду, что разрешает снизить себестоимость кушаний. Как правило, ресторан быстрого обслуживания специализируется на приготовлении одного главного кушанья. При этом он принадлежит к той или иной сети быстрого питания, наиболее известными среди которых являются McDonald, Burger King (гамбургеры), Pizza Hut, Donino, Godfather teak (пицца), Long John silver, Red Lobster (дары моря), KFC, Church (цыплята), International House of Pancakes, Country Kitchen (блины), Subway (сэндвичи), Tako Dell, El Torito, Chi Chi (мексиканская еда).

Семейные рестораны - это современный вариант стилизации под старинную кофейню. Большинство учреждений такого типа находится в частном владении. Располагаются они, как правило, в престижных предместьях, зонах проведения свободного времени семей, в зонах прогулок по городу или в живописной местности. Оформление интерьера, как и меню - простые. В некоторых из них можно заказать напитки - пиво, вино или коктейль. В дверях посетителей, иногда, встречает хозяйка (она же, как правило, кассир), проводит их к столику, потом официанты принимают заказ. Иногда в таких ресторанах есть салаты-десерты и бар.

Рестораны национальной кухни (часто их называют этническими) по типу собственности чаще всего являются независимыми, их владельцы стараются предложить что-то «острое» местным жителям и гостям, а представителям национальной диаспоры - напомнить их родину.

Тематические рестораны посвящаются определенной теме: Дикий Запад, футбол, рок-н-ролл. Чаще всего, они предлагают ограниченный выбор кушаний, ведь их главная задача - создать расположение духа, атмосферу.

Кухней, в соответствии с политикой компании, управляет шеф-повар. На него полагается задача не только удовлетворить, но и превзойти ожидание клиентов, достичь определенных финансовых результатов.

2.3. По уровню обслуживания и контингенту обслуживания

В зависимости от уровня обслуживания различают рестораны:

- люкс;
- высший класс;
- первый класс.

Класс предприятия - это совокупность отличительных признаков предприятия определённого типа, характеризующая качество предоставляемых услуг; уровень и условия обслуживания. Классы люкс, высший и первый, которые присваиваются ресторанам и барам:

- Люкс предполагает изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий; широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей;
- Высший - оригинальность интерьера, выбор услуг, комфортность, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд и изделий; широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей;
- Первый - гармоничность, комфортность и выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд, изделий и напитков, коктейлей несложного приготовления, в том числе заказных и фирменных.

Кафе, столовые и закусочные на классы не подразделяются. Сегодня уже очень трудно определить какой ресторан средний, а какой дорогой. Причина - существенное расслоение в доходах населения: кто-то готов платить по чеку 350 леев (не обязательно каждый день), а кто-то 3500 леев. Вместе с тем и тот и другой ресторан будет не доступен большинству. Труднее всего, вести бизнес, когда средний чек около 300 леев. Потому что за эти деньги предлагается не бутерброд, чашка чая и кусок мяса: это всё и дома можно съесть, при этом сэкономив.

Рестораны, кафе, бары предоставляют услуги, возможность прийти и приятной обстановке насладиться хорошо приготовленным блюдом, получив качественное обслуживание. И создать комфортную атмосферу, когда услуга дешева - трудно, почти невозможно, а если она дорога, то сложно привлечь людей, готовых заплатить. Как уверяют профессионалы ресторанного рынка, открывать сегодня дорогой ресторан невыгодно - их и так достаточно. Наиболее перспективны с точки зрения рентабельности заведения с чеком 150-500 леев. Сегодня эта самая свободная ниша. Рестораны со средним чеком имеют широкую целевую аудиторию, но и посадочных мест в них должно быть много и район размещения нужно выбрать правильно. В зависимости от контингента обслуживания - общедоступные - находящиеся на производственных предприятиях, лечебных и учебных заведениях

К сожалению, рынок предприятий общественного питания насыщается крайне неравномерно. Элитный сегмент забит до отказа, а в «экономе» места пока более чем достаточно. Почти так же обстоят дела с территориальным расположением предприятий питания - налицо их явная нехватка в спальных районах. Для ресторана одно из самых главных факторов - это место. Нужно учитывать многие параметры, в том числе людской и транспортный потоки, видимость будущей вывески на перекрестной местности, инфраструктуру, наличие офисных и жилых массивов, возможность парковки и многое другое. Отличный ресторан может располагаться в уютном закутке где-нибудь в подвальном помещении - в этом случае придётся отвести часть бюджета на рекламу. И всё равно скорее всего оборот будет ниже, чем у заведения, расположенного у дороги, на видном месте. С другой стороны, в центре много офисов, сотрудники которых ежедневно

где-то обедают - в рабочие дни клиентов привлечь бизнес-ланчем, а в выходные сделать ставку на других гостей - тех, кто пришёл отдохнуть. Таким образом, приток посетителей будет постоянным. Если, конечно, удастся их «переманить» у соседних заведений - в центре очень велика конкуренция: придётся играть на отличиях в меню, ценах, спецпредложениях.

Выбор места для ресторана тесно связан и с его концепцией - заведение для семейного отдыха будет вполне уместно в спальном районе или элитном посёлке (ценовая категория у них, само собой, будет разная), а для молодёжных вечеринок лучше подойдёт центр. Сыграть можно и на популярности места - если люди будут знать, что в том или ином районе традиционно много ресторанов, они туда поедут и, конечно в каком-нибудь обязательно останутся. Существуют так называемые золотые треугольники, в которых люди просто переезжают с одного места на другое. В спальных районах тоже найдутся места, где предприятие общественного питания, такие как мини-ресторанчики и кафе, будут востребованы семь дней в неделю за счёт учебных заведений и офисов. Но скорее всего хорошая кухня в отдалённых местах будет пользоваться спросом в основном в выходные, когда людям хочется повеселиться. Отдалённые места города тоже интересны. Потому что там не хватает хороших ресторанов и если появится более или менее приличный, то он пользуется большой популярностью.

2.4. По времени и месту функционирования

В зависимости от времени функционирования различают предприятия общественного питания:

- постоянно действующие;

- сезонные (временные) Например студенческие столовые или рестораны сезонно работающих гостиниц, летне-весенние террасы и т.п.

В зависимости от места функционирования предприятия:

- стационарные;

- передвижные.

Вместе с тем существует и иная классификация, которая определяется функциональной принадлежностью предприятий. Так в совершенно самостоятельную группу выделяется питание в самолетах, поездах, морском и автомобильном транспорте. При этом питание в гостиницах является видом деятельности, охватывающим различные сегменты рынка.

Определенную специфику имеет выездное обслуживание, производство кулинарии. В системе быстрого обслуживания (фаст фуд) существуют стационарные заведения и уличные киоски (тонары). Социальный же сектор разнороден по факту своей первичной деятельности - школы, ВУЗы, больницы, питание в армии, питание в исправительных учреждениях. Все это требует индивидуализации методических подходов как в организации ведения бизнеса, так и осуществлении надзора за столь разнородной средой.

2.5. Рестораны

Ресторан является наиболее комфортабельным предприятием питания. Это объект общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, вино - водочные, табачные и кондитерские изделия, покупные товары с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией досуга.

Заказное блюдо - это блюдо, требующее индивидуального приготовления и оформления после получения заказа от потребителя.

К фирменным блюдам относят блюда, которые приготовлены на основе новой рецептуры и технологии или нового вида сырья. Эти блюда отражают специфику данного объекта питания. Они должны отличаться оригинальным оформлением, удачно сочетать продукты по вкусовым свойствам. Обслуживание в ресторанах осуществляется высококвалифицированными официантами.

Рестораны могут иметь наценочные категории люкс, высшую, первую и вторую. В зависимости от наценочной категории установлены требования к ресторанам по материально - техническому оснащению (мебели, посуде, столовому белью и приборам), оформлению интерьера зала, рекламы, ассортименту (удельному весу заказных и фирменных блюд в меню).

Различают рестораны:

- по ассортименту реализуемой продукции (рыбный, пивной, с национальной кухней или кухней зарубежных стран);
- по месту расположения (при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон-ресторан и т.д).

Выбирая место для ресторана, любой бизнесмен в первую очередь узнаёт, сколько потенциальных посетителей проходит каждый день мимо дверей и вывески заведения. Из случайных гостей и складывается первичная аудитория: при удачном стечении обстоятельств она станет постоянной, расширившись за счёт репутации. С этой точки зрения привлекательна аренда площадей в местах скопления народа - вне конкуренции торговые и бизнесцентры: виден портрет целевой аудитории, а это уже половина дела. На Западе часто рестораны открывают в гостиницах: здесь всегда можно рассчитывать на то, что близость к месту проживания потенциальных клиентов обеспечит приток посетителей. Аренда обходится не дороже средней по рынку, а вот о дополнительных затратах на склад придётся позаботиться. В Молдове гостиничные рестораны принадлежат обычно самим владельцем отелей, принося им дополнительный доход. А вот у сторонних бизнесменов площади в гостиницах пока спросом не пользуются. В силу низкой рентабельности, рестораторы не спешат арендовать помещения в гостиницах - проблема заключается в невысокой проходимости и сложности организации производства, трудностях продуктовой логистики, необходимости организации отдельных товарных складов.

2.6. Бары

Бар - это специализированный объект общественного питания с барной стойкой, реализующий различные напитки: смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные; закуски, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Он предоставляет посетителям максимальный уровень комфорта.

Бары могут функционировать как самостоятельные объекты или при других объектах питания (например, ресторанах).

Бар может специализироваться:

- по ассортименту реализуемой продукции или способу её приготовления (пивной, молочный, гриль-бар, коктейль-бар, коктейль-холл, винный, кофейный),

- по специфике обслуживания посетителей (видео-бар, караоке-бар, варьете-бар) Обычно им присваивается категория люкс, высшая или первая. Обслуживание в барах производится барменами или официантами.

Услуги питания бара представляют собой услугу по приготовлению и реализации широкого ассортимента напитков, закусок, кондитерских изделий, покупных товаров, по созданию условий для их потребления у барной стойки или в зале.

Обслуживание в барах осуществляется метрдотелями, барменами, официантами, имеющими специальное образование и прошедшими профессиональную подготовку.

Бары должны иметь световую вывеску с элементами оформления; для оформления залов используют декоративные элементы, создающие единство стиля.

Микроклимат поддерживается кондиционированием воздуха или приточно-вытяжной вентиляцией.

Требования к посуде применяются такие же, как и в ресторанах, используется посуда из мельхиора, нейзильбера, нержавеющей стали, фарфоро-фаянсовая, хрустальная, стеклянная высших сортов.

Барная стойка - предмет интерьера бара. Первоначально этот элемент интерьера появился в Северной Америке в XVIII веке. Барная стойка предназначалась для разделения пространства бара на 2 функциональные зоны - зону для посетителей и зону для продавца (бармена).

Разделение посетителей и бармена барной стойкой имело чисто практическое значение: защита хрупкой посуды от подвыпивших посетителей и создание удобного функционального пространства, где «всё под рукой».

Стойка бара состоит из двух частей: узкой верхней, служащей для подачи напитков сидящим посетителям, и широкой нижней, служащей для приготовления напитков.

Нижняя стойка – это рабочее место бармена. Здесь размещены электромиксер, автоматическая кофеварка, электротостер, кассовая машина, различные дозаторы и мойка посуды.

В барную стойку вмонтирован малогабаритный ледогенератор и термос для индивидуального охлаждения бутылок. С наружной стороны стойки располагают табуреты с высотой сидения от 105 до 120 см.

Форма барных стоек может быть различной, а длина определяется площадью помещения. Когда бар размещен в отдельном помещении, то в зале располагают еще и деревянные столы с синтетическим покрытием на 4–6 мест.

Стол расставляют так, чтобы ширина основного прохода была не менее 1,2 м, а второстепенных – 0,75 м.

К столам ставят кресла или табуреты самой разной формы.

К пристенным стойкам ставят высокие стулья на металлическом каркасе с вращающимися сидениями и подставки для ног.

Для приготовления коктейлей бармену необходим следующий инвентарь: шейкер – сосуд, состоящий из двух частей, имеющий сито и отверстие для слива напитка; терка для цедры и шоколада щипцы; вилка для фруктов; ножи для открывания бутылок и банок; стеклянная посуда – мензурки, кувшины, креманки, графины, бокалы, рюмки, фужеры, чашки, сифоны для приготовления газированной воды.

В барах могут использоваться пирожковые, закусочные и мелкие столовые тарелки, закусочные тарелки и вазы для кондитерских изделий.

2.7. Столовые

Столовая - это объект общественного питания, предназначенный для приготовления и реализации с потреблением на месте разнообразных по дням недели завтраков, обедов, ужинов, а также отпуска их на дом. Таким образом, характерным признаком столовых является наличие в меню полного рациона питания.

Столовые могут быть 2-й и 3-й наценочной категории. Для обслуживания потребителей в них применяется самообслуживание. Могут использоваться комплексные меню.

Может функционировать столовая - раздаточная. Это столовая, предназначенная для реализации кулинарных изделий и покупных товаров, получаемых от других объектов общественного питания.

Столовая - это наиболее доступный тип предприятия по оказанию услуг широким слоям населения, производящий и реализующий блюда.

Столовые классифицируются:

- по ассортименту реализуемой продукции (общая и диетическая); Для обеспечения населения блюдами диетического питания определяется количество посадочных мест для организации общедоступных диетических столовых. В столовых при промышленных предприятиях, высших и средних учебных заведениях, школах рекомендуется организовать диетические залы, раздаточные или комплексы рационов диетического питания в торговых залах предприятий общественного питания. Услуги общественного питания оказываются и через столовые-раздаточные, реализующие готовую продукцию, получаемую от других предприятий.

- по месту расположения (общедоступные или по месту работы, учёбы); Столовая может быть общедоступной или оказывать услуги определённому контингенту и размещаться в городе в местах, определяемых рациональными нормативами обеспеченности населения предприятиями и учреждениями обслуживания. - по обслуживаемому контингенту; Различают столовые, организованные для обеспечения пищей населения по месту работы, учёбы и в лечебных учреждениях, где осуществляется приготовление и отпуск завтраков, обедов и ужинов, скомплектованных в соответствии с физиологическими и натуральными нормами.

2.8. Кафе

Кафе - это объект общественного питания по организации питания и досуга потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента кулинарной продукции.

В зависимости от ассортимента реализуемой продукции кафе делятся на предприятия общего типа и специализированные. Кафе общего типа - это объект общественного питания с широким ассортиментом горячих и холодных напитков, хлебобулочных и кондитерских изделий, блюд и кулинарных изделий несложного приготовления, кисломолочных продуктов. Как правило, им присваивается высшая, первая или вторая категория. Требования, предъявляемые к кафе общего типа соответствующих категорий. В их меню должны присутствовать заказные и фирменные блюда.

Специализированные кафе создаются:

- по ассортименту реализуемой продукции (кафе - кондитерская, кафе - мороженное, кафе-молочное),

- по специфике контингента посетителей (детское кафе, молодежное кафе)

Также кафе различают по методу обслуживания. Метод обслуживания - это способ реализации потребителям продукции общественного питания. В рамках метода обслуживания выделяются формы обслуживания потребителей. Последняя означает организационный приём, представляющий собой разновидность или сочетание методов обслуживания потребителей.

При самообслуживании с последующей оплатой в обеденном зале устанавливается линия раздачи, продвигаясь по которой с подносом, потребитель производит выбор холодных и горячих блюд. В конце линии установлена касса. Самообслуживание с оплатой после приёма пищи предполагает разделение функций пробивания чека и приёма денег, и использование для расчёта двух человек: в конце линии раздачи потребителю выдаётся чек, а после приёма пищи и выхода из зала на основании чека производится оплата.

Форма самообслуживания должна соответствовать типу и мощности объекта, специфике обслуживаемых контингентов потребителей.

2.9. Закусочные

Закусочная - это объект общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определённого вида сырья, предназначенный для быстрого обслуживания потребителей промежуточным питанием. В основном все закусочные специализированные, относятся к предприятиям первой или второй категории, в них применяется самообслуживание, за исключением шашлычных. Где обслуживание производится официантами.

Можно выделить такие виды специализированных закусочных как бульбяная, шашлычная, котлетная, сосисочная,пельменная (вареничная), пирожковая, блинная, чайная, пиццерия, пышечная (пончиковая), чебуречная, бутербродная, рюмочная и др.

К виду закусочных относится «бистро». Особенности закусочных в том, что они работают преимущественно на полуфабрикатах, имеют узкий ассортимент и являются небольшими по размеру. В них используется как обычная мебель, так и высокие столы для еды стоя. Если закусочной присвоена первая категория, то в меню включаются заказные и фирменные блюда. В закусочных может применяться разовая посуда. Кафе, столовые (независимо от системы организации предоставления услуг), закусочные должны соответствовать требованиям, предусмотренным для этого типа предприятий, основными из которых являются следующие.

В оформлении торгового зала этих типов предприятий (столовые, кафе, закусочные) должны использовать декоративные элементы, создающие единство стиля. Для создания комфортных условий в любое время года столовые должны быть снабжены системой вентиляции. Обеспечивающей допустимые параметры температуры и влажности в торговых помещениях. Мебель, используемая в кафе, столовых и закусочных, должна быть стандартной, соответствовать интерьеру помещений. В отдельных видах закусочных может использоваться мебель облегчённых конструкций.

Стол в закусочных должны иметь полиэфирное покрытие, в столовых и закусочных - гигиеническое покрытие. В отдельных видах кафе допустимы кронштейны для приёма пищи стоя. Для порционирования блюд используется посуда и приборы из алюминия, нержавеющей стали, фаянса, сортовая стеклянная посуда без рисунка (для кафе) и из прессованного стекла (для столовых и закусочных). В столовых и закусочных допускается

применение посуды разового пользования. На столах - бумажные салфетки. Меню предприятия должно быть выполнено на румынском (и) или английском/русском языке, аккуратно оформлено. Для кафе и закусочных, специализирующихся на приготовлении блюд из определённого вида сырья, обязательна реализация нескольких наименований этих блюд.

2.10. Другие предприятия общественного питания

Буфет - это структурное подразделение, предназначенное для реализации ограниченного ассортимента кулинарных изделий, кондитерских изделий, покупных товаров. Они могут функционировать как самостоятельные объекты питания либо при других объектах питания (ресторанах, столовых). В последнем случае категория буфета должна соответствовать категории того предприятия, при котором он расположен.

Буфеты бывают первой, второй и третьей наценочной категории. Обслуживание в буфетах осуществляется буфетчиком. Допускается использование разовой посуды. Кафетерий - объект общественного питания, предназначенный для реализации с потреблением на месте ограниченного ассортимента продукции, не требующей сложного приготовления, покупных товаров.

Предприятие-автомат - предприятие, осуществляющее реализацию продукции определённого ассортимента через торговые автоматы.

Магазин (отдел) кулинарии - магазин (отдел) в системе общественного питания, реализующий населению кулинарные изделия, полуфабрикаты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары, также соленья квашения. Магазины кулинарии размещаются на территории промышленных предприятий, в составе комплексных предприятий питания, ресторанов и столовых. Обычно проектируются на 2-4 рабочих места.

Комбинат общественного питания - это производственно-хозяйственный комплекс, состоящий комплекс, состоящий из заготовочных и доготовочных объектов общественного питания с единым технологическим процессом приготовления продукции, а также магазинов кулинарии и вспомогательных служб. В его состав обычно входят столовая, ресторан или кафе, магазин кулинарии, бар, один или несколько цехов по выпуску полуфабрикатов, кондитерских изделий. Как правило, комбинаты питания являются головными объектами унитарных предприятий общественного питания в системе потребительской кооперации.

Кулинарный комбинат - это предприятие заготовочное. Заготовочные объекты (цеха) общественного питания предназначены для централизованного производства кулинарной продукции, хлебобулочных и кондитерских изделий и снабжения ею доготовочных объектов, магазинов (отделов) кулинарии, розничной торговой сети. При кулинарных комбинатах обычно имеются кафетерии и магазины кулинарии.

Палатка - объект общественного питания, осуществляющий продажу узкого ассортимента продукции собственного производства и покупных товаров, относящийся к стационарной торговой сети, расположенный в легкой постройке закрытого типа, имеющий два более рабочих мест, а также подсобное помещение и не имеющий торгового зала.

Павильон - объект общественного питания, осуществляющий продажу узкого ассортимента продукции собственного производства и покупных товаров, относящийся к

стационарной торговой сети, расположенный в постоянной или временной постройке с торговым залом или без него и имеющий подсобные помещения.

Предприятия быстрого обслуживания (ПБО) - объект общественного питания, предназначенный для изготовления и реализации с организацией потребления на месте блюд несложного приготовления постоянного ассортимента с использованием полуфабрикатов промышленного или собственного производства, вырабатываемых заготовочными предприятиями. ПБО подразделяются на мобильные (функционирующие, как правило, на базе павильонов, палаток, торговых модулей с установленной мебелью (столами, стульями) для обслуживания посетителей) и стационарные, постоянно действующие и сезонные.

Тема 3 Персонал предприятий общественного питания

3.1. Понятие, общие требования и категории работников предприятий общественного питания

3.2. Квалификационные требования к административному персоналу работников

3.3. Квалификационные требования к обслуживающему персоналу

3.4. Квалификационные требования к производственному персоналу

3.1. Понятие и категории работников предприятий общественного питания

Работники предприятия общественного питания – это коллектив работников, выполняющих определенные функции на предприятии. Списочный состав работников предприятий общественного питания составляют все работники, принятые на постоянную, сезонную, а также временную работу на срок один день и более со дня их зачисления и более.

Все работники предприятия общественного питания делятся на три категории:

- административный персонал, к которому относятся директор, бухгалтер и менеджеры;
- обслуживающий персонал, к которому относят тех работников, которые контактируют с клиентами и непосредственно отвечают за качество обслуживания, барменов и буфетчиков;
- производственный персонал, в эту категорию входят повара, технологи, сушисты в заведении, администраторы торговых залов, официанты, метрдотели, кулинары, кондитеры и т.д.

Общие требования к персоналу заведений общепита

Заведение общепита является субъектом хозяйственной деятельности, поэтому на него распространяются все нормы Трудового кодекса и подзаконных актов об охране труда.

Общий перечень требований к персоналу кафе и ресторанов следующий:

- знать правила противопожарной безопасности, план эвакуации, основы охраны труда;
- изучать должностные инструкции, четко им следовать;
- соблюдать правила внутреннего распорядка;
- знать гигиенические нормы, характерные для своего заведения общепита;
- владеть необходимым образованием и квалификацией для выполнения производственных, административных и обслуживающих функций, согласно должностным инструкциям;

- знать профессиональную терминологию;
- повышать квалификацию минимум раз в пять лет.

Для успешности бизнеса в сфере общепита особенно важна квалификация поваров, санитарная чистота и умение официантов обслуживать клиентов. Поэтому требования к этим сферам предприниматели должны хорошо знать и реализовывать их на практике.

Санитарные правила для работников

Невымытые руки повара, болеющего кишечным инфекционным заболеванием, могут привести к массовому отравлению посетителей кафе и его закрытию. Но даже при продолжении работы испорченный имидж заведения вряд ли позволит вернуться к былым показателям прибыли. Поэтому соблюдению санитарных норм персоналом необходимо уделять повышенное внимание.

Все сотрудники заведения, начиная от администратора и заканчивая уборщицей, должны иметь санитарные книжки и проходить регулярные медосмотры.

Особые требования предъявляются к персоналу, занятому работой в пищевом блоке. Основные из них следующие:

1. Работать только в чистой спецодежде, оставляя лишние личные вещи в раздевалке.
2. Не посещать туалет и не выходит на улицу в спецодежде, мыть руки после каждой отлучки из кухни в антисанитарную зону.
3. Не принимать пищу и не курить на кухне.
4. Снимать украшения перед работой с блюдами.
5. Прятать волосы под косынку или колпак.
6. Проходить ежедневные осмотры кожных покровов на наличие порезов, нагноений, воспалительных и дегенеративных процессов. При их наличии работник отстраняется от работы до выздоровления.
7. Сообщать руководству и заболевании родственников кишечными инфекциями.
8. Прекращать работу при симптомах инфекций дыхательных путей, кашле, расстройствах пищеварения.

Соблюдение указанных санитарных правил минимизирует риск попадания патогенных бактерий в пищу и её заражение.

Кроме того, все действия работников проверяет санэпидстанция при посещении заведения. Поэтому для исключения проблем выполнять указанные правила необходимо не формально, а ответственно.

3.2. Квалификационные требования к административному персоналу работников предприятий общественного питания

Административный персонал – это персонал предприятия, выполняющий функции по управлению и координации деятельности предприятия, а также функции учета и делопроизводства.

Количество административного персонала в заведениях общепита бывает разным. В кафе администраторами могут быть сами собственники или их родственники. А большие рестораны нуждаются в отдельных должностях бухгалтера, метрдотеля, арт-директора и прочих, которые непосредственно не имеют отношения к производственному процессу и не контактируют с продуктами.

Администратор кафе тоже должен находиться на кухне в спецодежде

В обязанности администратора входит:

- следить за чистотой и порядком в зале, функционированием оборудования, сохранностью мебели;
- принимать жалобы и предложения посетителей;
- распределять свободные столики;
- контролировать сотрудников в зале: бармена, официанта, баристы и других;
- решать общехозяйственные, коммунальные вопросы;
- контролировать поставщиков.

Административный персонал для выполнения своих функций должен обладать следующей квалификацией:

- Иметь профессиональное высшее или средне-специальное образование.
- Пройти профессиональную подготовку или иметь опыт работы.
- Знать законодательство сферы общепита, административный, трудовой и гражданский кодексы.
- Уметь организовывать производственно-хозяйственную деятельность.
- Знать правила, санитарные нормы и технические требования в сфере общепита, позволяющие работать с поставщиками, контролировать работников и общаться с клиентами.
- Уметь конструктивно решать конфликтные ситуации как между сотрудниками, так и между посетителями.
- Знать технику безопасности в заведениях общепита, уметь обращаться с противопожарным оборудованием.
- Владеть правилами этикета.
- Знать правила подачи блюд и их совместимости с напитками.

Администратор не должен владеть всеми знаниями официантов и поваров, но с этими сведениями будет легче контролировать сотрудников. На эту должность лучше брать бывших работников кухни, барменов или официантов, которые понимают процессы изнутри и способны выявлять проблемы на их начальных этапах.

3.3. Квалификационные требования к обслуживающему персоналу

Квалификационные требования к обслуживающему персоналу зависят от типа предприятия.

В общепите обслуживающий персонал представляют следующие работники:

- официант;
- бармен;
- сомелье;
- буфетчица;
- бариста;
- кассир;
- продавец.

Каждый из них является человеком, непосредственно взаимодействующим с клиентом и производящим общее впечатление о заведении. Поэтому эта категория

персонала должна уметь доброжелательно относиться к посетителям и отвечать на все интересующие их вопросы.

Сотрудник кофейни считается баристой, кассиром и продавцом в одном лице

Наиболее универсальными обслуживающими работниками кафе и ресторанов являются официанты. Они могут не иметь никакого специального образования, но обязаны соответствовать следующим квалификационным требованиям:

- пройти профессиональную подготовку или иметь соответствующее образование;
- уметь сервировать стол;
- знать права потребителей, правила этикета, назначение посуды и столовых приборов;
- владеть навыками допродаж;
- уметь запоминать клиентов, их слова, предпочтения, пожелания;
- знать технологию приготовления блюд в меню, отвечать на уточняющие вопросы клиентов;
- знать очередность, температуру подачи блюд и напитков, их совместимость;
- уметь рассчитываться с клиентами всеми доступными способами;
- уметь пользоваться онлайн-кассой;
- иметь опрятный внешний вид.

К другому обслуживающему персоналу могут предъявляться иные требования. Например, для бармена не столь важно знание сервировки стола, сколько умение эффективно делать красивые коктейли. Кассир должен уметь выполнять все операции по онлайн-кассе и работать с программами для розничной торговли.

Задача бармена – создать напиток, который клиент посоветует своим друзьям

Чтобы кафе было прибыльным, обслуживающий персонал должен быть обучен технологиям увеличения продаж. Ведь заведения общепита создаются не только с целью удовлетворения посетителей, но и для получения максимального дохода собственниками.

3.4. Квалификационные требования к производственному персоналу.

Хотя залогом лояльности клиентов в кафе является преимущественно хорошее обслуживание, качество приготовления пищи также имеет существенное значение.

Иногда кафе посещают исключительно ради блюд конкретного повара

На прибыльность заведения также влияет рациональное использование продуктов и правильное составление технологических карт блюд и напитков.

Поэтому квалификация поваров и прочего производственного персонала тоже должна быть на высоком уровне. Она характеризуется следующими критериями:

- наличие профессионального высшего или средне-технического образования по специальности повар;
- знание основ организации работы кухни на предприятиях общепита;
- умение распределять обязанности между подчиненными по технологическим процессам;
- знание технологии приготовления основных блюд, полуфабрикатов, десертов и прочей кулинарии;
- знание принципов диетического питания, особенностей приготовления детских блюд;

- умение составлять технологические карты;
- умение вести отчетную документацию;
- знание посуды, правил презентации и подачи блюда;
- умение определять пригодность продуктов по органолептическим и визуальным характеристикам;
- знание правил обращения с электрическим и газовым оборудованием;
- наличие навыков работы с противопожарными средствами.

Контролировать работу производственного персонала должен шеф-повар или главный повар. Особенно важны для этой должности академические знания, которые позволят рационально использовать продукты и готовить здоровую, полезную и безопасную пищу.

Тема 4 Оборудование и организация помещений предприятий общественного питания

4.1. Требования, предъявляемые к компоновке помещений предприятий общественного питания

4.2. Виды и характеристика торговых помещений

4.3. Производственные помещения предприятий общественного питания

4.4. Административные помещения предприятий общественного питания

4.5. Мебель залов

4.6. Интерьеры торговых залов

4.7. Освещение и цветовые решения торгового зала

4.8. Вентиляция помещений общественного питания

4.1. Требования, предъявляемые к компоновке помещений предприятий общественного питания

Общие требования к компоновке помещений.

Под компоновкой помещений понимают рациональное размещение их в здании и расстановку в них оборудования в соответствии с характером и требованиями технологического процесса в предприятии.

Компоновку начинают с составления общей схемы технологического процесса, которая показывает, какая функциональная связь существует между отдельными группами помещений в проектом объекте.

При компоновке необходимо учитывать факторы, определяющие условия, в которых работающим предстоит осуществлять производственные функции. Основными из них являются:

- микроклимат помещения (температура, влажность, скорость движения воздуха, а также содержание в нем вредных примесей);
- световой режим (уровень освещенности рабочих мест и распределение света в помещении);
- акустический режим (уровень громкости и качественные характеристики звуков);
- должно быть исключено пересечение противоположных производственных потоков: движение чистой и использованной посуды, посетителей и обслуживающего персонала, сырья, полуфабрикатов и отходов.
- расположение помещений общественного питания должно учитывать систему входов и выходов: производственные и складские помещения должны быть непроходными,

вход в торговую группу – со стороны улицы, входы в складскую и производственную группы – со стороны внутреннего двора;

- компоновка торговых помещений должна обеспечивать эвакуацию людей в случае пожара, удовлетворять Санитарным нормам и правилам (СНиП), противопожарным правилам.

- необходимо учесть пространственные характеристики (величина и форма помещения, наличие проходов между оборудованием и т.п.);

Пример схемы организации помещений ресторана представлен на рис.1

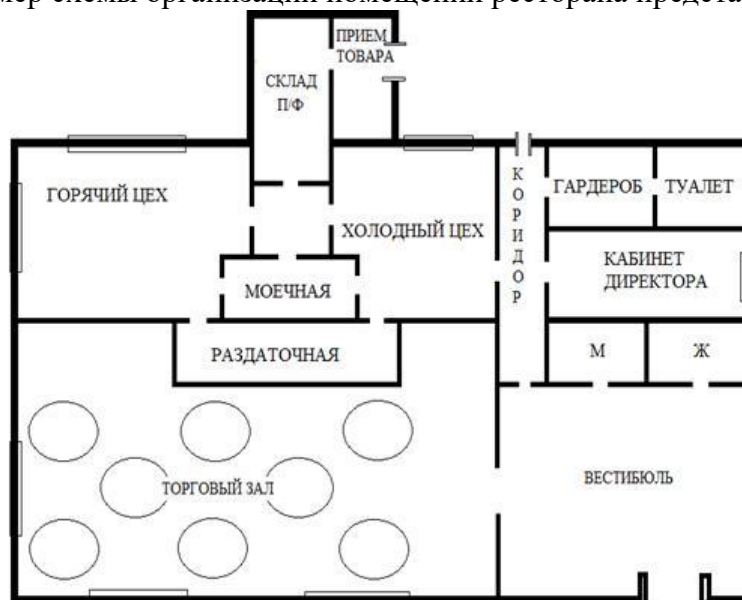


Рис. 1. Организация помещений ресторана

Создание оптимального санитарно-гигиенического режима в помещении способствует повышению производительности труда и эффективности всего производственного процесса. расположение помещений общественного питания должно быть максимально доступным, с кратчайшими связями между ними.

В той или иной степени, но требования к помещениям общественного питания должны соблюдаться в обязательном порядке.

Например, предприятие с производством полного цикла должно иметь весь указанный перечень производственно-складских помещений.

Однако, при стесненных обстоятельствах, в качестве складского помещения кратковременного хранения может использоваться правильно оборудованный подвал, а помещение-хлеборезку можно организовать как обособленно стоящий герметичный шкаф для хлеба.

4.2. Виды и характеристика торговых помещений

К торговым помещениям предприятий общественного питания относятся торговые залы, буфеты, магазины кулинарии. В ресторанах кроме обычных залов сюда можно отнести банкетные залы, коктейль-холлы, бары, залы ожидания (аванзалы). В группу торговых помещений входят также вестибюли, включающие гардероб и туалетные комнаты с помещениями для мытья рук, касса, буфеты - основной, кофейный, а также буфет-хлеборезка, помещения для официантов, подсобные помещения - раздаточная, сервисная, моечная столовой посуды, бельевая и гладильная. Гардероб и туалетные комнаты обязательно должны быть на всех предприятиях общественного питания, кроме закусочных. В ресторанах классов люкс и высшего и барах люкс выделяются курительные комнаты. В больших залах ресторанов устраивают танцевальные площадки и отводят площадь под эстраду для оркестра и выступлений артистов.

Норма площади на одно место в залах составляет (м²): в ресторанах - зал с эстрадой и танцплощадкой - 2; в том числе зал - 1,8; курительная - 0,07 - 0,075; в барах - 1,8; в кафе, закусочных, пивных барах - 1,6; в общедоступных столовых и при высших учебных заведениях - 1,8; в столовых школ и школ-интернатов - 0,75 (в залах до 80 мест) и 0,65 (в залах свыше 80 мест); в столовых при средних специальных учебных заведениях - 1,3; профтехучилищах - 0,8.

Характеристика торговых помещений предприятий общественного питания.

Вестибюль - помещение, в котором начинается обслуживание посетителей. Для того чтобы посетители могли поправить перед входом в зал прическу, осмотреть свой костюм, вестибюли оформляются зеркалами.

Площадь вестибюля должна быть строго пропорциональна площади зала ресторана, а интерьер соответствовать характеру ресторана. Вестибюль должен быть просторным; чтобы не создавалось ощущения тесноты, его площадь должна равняться примерно четверти площади зала. В вестибюле ресторана расположены гардероб для верхней одежды, туалетные комнаты, мягкая мебель - кресла, полукресла, банкетки (сиденья с мягкой подушкой без спинок), журнальные столики, телефоны-автоматы, игровые автоматы, организована продажа газет и журналов, цветов, сувениров.

Гардероб оборудуется секционными металлическими двусторонними вешалками с раздвижными кронштейнами. Расстояние между вешалками должно быть не менее 70 см, а количество крючков соответствовать количеству мест в зале, и кроме того иметь 10%-й резерв. В гардеробе верхней одежды следует предусмотреть, помимо основных вешалок, наличие «плечиков» для некоторых видов модельной одежды и меховые изделия. В гардеробе предусмотрены шкафы-ячейки для хранения обуви, ручной клади (сумок, портфелей).

В туалетных комнатах должны быть подводка горячей и холодной воды, электрополотенце, зеркала, озонаторы воздуха или устройство автоматического включения освежителя воздуха, оснащенного реле времени или встроенным фотоэлементом. Современные туалетные комнаты в ресторанах оснащают диспенсерами — дозаторами туалетной бумаги, полотенец, салфеток и жидкого мыла, живыми или искусственными цветами, а также динамиками, позволяющими включить легкую музыку. Желательно иметь в туалетных комнатах, особенно на предприятиях высокого класса, одежные и обувные щетки.

Курительная комната располагается рядом с туалетными комнатами. В ней размещают удобную мягкую мебель и пепельницы на подставках. Для отделки интерьера нельзя применять легковоспламеняющиеся материалы. Вентиляция должна обеспечивать интенсивный обмен воздуха. Кроме обобщенной вентиляции, при которой воздух удаляется из верхней зоны помещений, в курительной комнате рекомендуется устраивать вытяжку на расстоянии 1,75 м от пола.

Аванзал располагается перед торговым или банкетным залом. Он служит местом отдыха или сбора группы посетителей, если они пришли в ресторан одновременно. Помимо этого аванзал используют для посетителей, ожидающих свободные места, а также для встречи посетителей при организации приемов, банкетов, свадебных и других вечеров. В аванзале ставят предметы мягкой мебели (диваны, кресла), журнальные столики, напольные пепельницы, аранжировки из цветов. Оформление аванзала должно быть органически связано с декоративным решением интерьеров вестибюля и зала.

Торговый и банкетный залы предназначены для обслуживания потребителей. Предприятие может иметь один или несколько залов, это зависит от типа предприятия, его вместимости, форм обслуживания. Архитектурой, декоративными элементами, уютной обстановкой зал должен оказывать благоприятное психологическое воздействие на посетителя. Сочетание окраски стен, потолка, пола, форма и цвет мебели, оригинальное

ненавязчивое освещение, красиво сервированный стол, искусно сложенные салфетки, живые цветы на столах, негромкая музыка - все должно вызывать у клиента желание еще раз посетить это заведение. Наиболее уютны небольшие залы до 50 мест, поэтому рекомендуется залы ресторанов и кафе с большим количеством мест разделять на зоны или кабины раздвижными, декоративными или стационарными перегородками, образуя островки в общем зале для уединения или деловых встреч.

Зал должен иметь удобное сообщение с раздачей, сервизной, моечной столовой посуды и буфетом. Это ускорит обслуживание и повысит его качество.

Площадка для эстрады и танцев. Выбор места для площадки во многом зависит от размера и композиции зала. Она может находиться в центре зала или являться завершением перспективы интерьера.

Площадку, как правило, композиционно выделяют из окружающего пространства с помощью оригинальных светильников, особой формы потолка. В ресторане норма площади для эстрады и танцевальной площадки составляет 0,13 - 0,15 м² на одно место в зале. Глубина эстрады - от 3 до 8 м.

Бары являются обязательным атрибутом ресторана. Здесь клиент может заказать не только напиток, но и мороженое, кофе, кондитерские изделия, фрукты, легкие закуски, не требующие специальной сервировки стола. Освещение бара не делают слишком ярким, направляя лучи светильников на стены и потолки. Бары подразделяются по ассортименту напитков: коктейль-бары, коктейль-холлы и др.

Коктейль-бары специализируются на приготовлении и реализации смешанных напитков. Они могут размещаться в отдельных помещениях или в залах крупных ресторанов. Как правило, залы коктейль-баров рассчитаны на 25 - 40 мест.

Коктейль-холл, в отличие от коктейль-бара, имеет большую вместимость зала - 50, 75, 100 мест.

Сервис-бар (буфет). В больших ресторанах обычно организуют буфеты трех видов: основной, кофейный и буфет-хлебрезку. Вся продукция из буфетов отпускается официантами.

Основной буфет оборудуют для отпуска винно-водочных изделий, воды, пива, фруктов, кондитерских и табачных изделий. Этот буфет обычно располагают в смежном с торговым залом помещении, состоящем из двух отделений: одного для отпуска продукции и другого, подсобного, для хранения товаров. В первом оборудуют прилавок с витриной, в том числе охлаждающей, для показа буфетной продукции. На прилавке должны быть также циферблатные весы и горка с мензурками для дозировки вина и водки.

В буфете должен быть холодильный шкаф с несколькими полками, где поддерживается требуемый температурный режим для хранения напитков, которые при подаче должны иметь различную температуру (шампанское – 5 – 6 °С, безалкогольные напитки – 10 – 12 °С). В буфетах больших ресторанов для хранения крупных партий товаров, кроме холодильных шкафов, оборудуют холодильные камеры. Обязательно также наличие раковины с подводкой холодной и горячей воды.

Кофейный буфет предназначен для приготовления и отпуска кофе, а также других горячих напитков - чая, какао, шоколада. Основное оборудование буфета - эспрессо-кофеварка, кофемолка, электроплита, электрокипятильник для приготовления чая и холодильный шкаф для молока, сливок и охлаждения кофе, пирожных и тортов, а также низкотемпературный прилавок для хранения мороженого.

Касса. В ресторанах кассовые аппараты со счетчиками для официантов устанавливают в помещении перед раздаточной, около буфета или рядом с раздачей. Возле аппарата должно быть вывешено меню текущего дня с ценами блюд и напитков. Кассовый аппарат представляет собой сложную счетно-суммирующую машину, снабженную рядом контрольных устройств, позволяющих предотвратить ошибки при учете денежной выручки.

4.3. Производственные помещения предприятий общественного питания

Подсобные производственные помещения ресторана включают в себя кухню, складские помещения, моечную, сервизную, бельевую, раздаточную, буфеты, специальное помещение для хранения и резки хлеба. Они оснащаются необходимым оборудованием: плитами, духовыми шкафами, холодильными камерами, посудомоечными машинами, стеллажами, шкафами и т. п.

Существуют требования к отделке производственных помещений предприятий общественного питания:

- Отделка помещений производственных цехов должна удовлетворять требованиям санитарных правил. Панели стен в кухне и других производственных помещениях на высоту 2 м от пола облицовывают керамическими плитками или окрашивают масляной краской, чтобы их легко можно было мыть.
- Следует предостеречь от использования для облицовки стен стеклянных плиток или плиток, покрытых глазурью.
- При осадке здания такие плитки образуют тонкие игольчатые осколки, которые могут при падении попасть в пищу.
- Потолки должны быть оштукатурены и побелены.
- В кухне и других производственных помещениях не допускается устройство лепных украшений во избежание скопления пыли и копоти.

Складские помещения. В состав складской группы входят помещения для хранения продуктов, которые делятся на охлаждаемые и неохлаждаемые. В охлаждаемых помещениях хранят скоропортящиеся продукты: мясо, рыбу, жиры, молочные и др. Требуемая температура в камерах поддерживается с помощью механического охлаждения. Для уменьшения потерь холода эти помещения располагают компактно, в непосредственной близости от машинного отделения, которое должно иметь отдельный выход наружу. Желательно, чтобы они находились в подвале, в северном крыле здания. К неохлаждаемым помещениям относятся склады овощей, напитков и сухих продуктов. Овощи хранят в прохладных темных помещениях, расположенных в подвале или вне здания.

При планировке складских помещений следует предусматривать способ их загрузки, а также удобную связь со всеми производственными цехами.

В доготовочных предприятиях, работающих на полуфабрикатах, складская группа помещений отсутствует. Имеются лишь кладовые суточного запаса, где скоропортящиеся продукты, полуфабрикаты и готовые изделия хранятся в разборных холодильных камерах или холодильных шкафах, и кладовые сухих продуктов.

Выдача официантам посуды и столовых приборов осуществляется из сервизной. Посуда размещается отдельно по видам — из фарфора, стекла, хрусталя, металла. Столовые приборы хранятся в ящиках с отделениями для ножей, вилок, ложек. По существующим нормам на одно место должно приходиться 3-4 комплекта посуды и столовых приборов. Для удобства хранения и передачи посуды сервизная и моечная оборудуются по соседству.

Моечная обеспечивает своевременное мытье использованной посуды и приборов и подачу чистой посуды в раздаточную. В бельевой хранятся скатерти, салфетки, полотенца и другое столовое белье.

Сервизная — это помещение для хранения и выдачи официантам столовой посуды из фарфора, стекла, металла и столовых приборов. Она должна располагаться рядом с моечной столовой посуды, что обеспечивает удобство передачи посуды и приборов и способствует их сохранности. При значительной отдаленности бельевой от раздачи в сервизной допускается хранение небольшого запаса чистых скатертей, полотняных салфеток, ручников для работы официантов.

Сервизная оборудуется шкафами, подвесными полками и стеллажами для хранения посуды, столовых приборов, а также прилавком для их выдачи официантам. Столовые приборы хранят в ящиках с отделениями для ножей, вилок, ложек. Посуда сортируется по видам (фарфоровая, стеклянная, хрустальная, металлическая) и назначению - пирожковые, закусочные, мелкие столовые и другие тарелки, группы фужеров, рюмок для вина, водки, стаканы для воды, соков и других напитков, штофы, графины, кувшины и т. д. Хранится посуда отдельно на полках шкафов и стеллажей в специально отведенных местах. Посуду ставят так, чтобы ее было удобно брать, например, чашки, соусники, молочники, сливочники, кофейники ручками наружу.

Нормы оснащенности предусматривают наличие трех, трех с половиной, а иногда и четырех комплектов посуды и приборов на одно место. Два комплекта находятся в обращении в зале и на раздаче, третий - в моечной. Такое количество посуды и приборов обеспечивает нормальное обслуживание потребителей при двух- и трехкратной оборачиваемости места в час.

Моечная столовой посуды. Уровень обслуживания посетителей в ресторане в немалой степени зависит от правильной организации работы в посудомоечной. Моечная, размещаемая обычно рядом с сервизной, должна иметь удобную связь с раздаточной и торговым залом. Особое внимание уделяется снабжению ее горячей водой, устройству канализации, вентиляции, своевременному удалению отходов. Моечные оснащают посудомоечными машинами, моечными ваннами, щеточными стаканомойками, столами для сортировки и очистки посуды от остатков пищи, сушильными шкафами, стеллажами и шкафами для хранения чистой посуды, бачками с крышками для сбора отходов. Оборудование устанавливают, исходя из последовательности технологического процесса: очистка от остатков пищи, сортировка, предварительное обмывание, мытье, стерилизация, просушивание.

Раздаточная располагается в непосредственной близости с горячим и холодным цехами, хлеборезкой, сервизной, моечной столовой посуды, сервис-баром (буфетом). Если указанные помещения находятся с одной стороны раздаточной, то ее ширина должна быть не менее 2 м, если с двух и более сторон — не менее 3 м.

В раздаточной размещают компьютерный кассовый терминал или кассовые машины и оборудуют витрину с меню, картами вин и коктейлей текущего дня с ценами блюд и напитков.

Бельевая и гладильная. В больших ресторанах организуют работу бельевой для хранения скатертей, салфеток, полотенец, ручников и т. д. Белье хранят на стеллажах по наименованиям и размерам. Скатерти складывают стопками по 25 шт., салфетки, полотенца и ручники – книжками по 25 шт.

Рядом с бельевой организуют ручную глажку белья и форменной одежды.

Освещение в зале может быть общим, местным или смешанным. При общем освещении светильники располагаются под потолком и равномерно освещают весь зал. Местное освещение направлено на отдельные участки или зоны зала. Смешанное освещение предусматривает одновременное использование этих двух видов. Применение различных типов освещения, световых полос, подсветки пола, формы светильников, позволяет создать своеобразное световое оформление и разнообразить интерьер.

4.4. Административно-бытовые помещения предприятий общественного питания

На предприятиях общественного питания имеются следующие административно-бытовые помещения: кабинеты директора предприятия и его заместителей, комната заведующего производством, санитарно-бытовые помещения для персонала, комната отдыха, служебная столовая для персонала, комната-гардероб для артистов и оркестрантов.

Кабинет директора. Находится на том же этаже, где и торговый зал. Комната должна иметь связь с производственными помещениями, телефон.

Комната заведующего производством. Находится вблизи кухонного блока или в нем и служит рабочим местом заведующего производством. Здесь есть телефон, письменный стол, стулья. Современная организация работы требует, чтобы комната шефповара (заведующего производством) находилась в самой кухне и была изолирована стеклянными стенками. Это дает возможность наблюдать за работой всего производственного персонала и контролировать ее.

Санитарно бытовые помещения для персонала. Это комплекс, куда входят гардероб, душевые, умывальные и туалеты. Используется во время подготовки персонала к работе и по окончании работы. Гардеробы для хранения рабочей одежды должны быть отделены от гардеробов для хранения домашней одежды. Это требование не относится к гардеробам торгового персонала они могут быть общими.

Комната или уголок для отдыха. Служит для отдыха работников производства и торгового персонала предприятий общественного питания во время работы или между двумя сменами. Оборудуется столами и удобными стульями, большим зеркалом. Комната должна быть хорошо освещенной, теплой, хорошо проветриваться. В ней могут быть телевизор, радиоприемник, шахматы, домино. Эту комнату можно использовать и для культурно массовых мероприятий собраний, заседаний, лекций для персонала.

Служебная столовая или комната приема пищи для работников. Оборудуется столами и стульями. Должна иметь прямой контакт с горячим цехом предприятия. Столовая может иметь свою кухню, в столовой применяется метод самообслуживания.

4.5. Мебель залов

Мебель залов ресторана является важным элементом интерьера и одновременно выполняет функциональную роль.

Столы и стулья должны быть прежде всего удобными и соответствовать при этом другим элементам интерьера. Столы могут быть круглыми, квадратными, прямоугольными. Для уменьшения шума и более устойчивого положения элементов сервировки на столешницу под скатерть надевают чехол из плотной мягкой ткани. Банкетные столы несколько выше обычных, их ширина от 1,2 м до 1,5 м. Фуршетные столы выше банкетных, их высота должна быть удобной для гостей, которые едят и пьют стоя. Используемые при отделке столов материалы должны обладать прочностью, декоративностью, огнестойкостью. Столы должны легко очищаться от пыли и дезинфицироваться, иметь хорошие эксплуатационные свойства.

Расстановка столов в зале зависит от общей конфигурации и площади помещения, местонахождения эстрады, вида обслуживания. В ресторанах применяют два основных способа расстановки столов: геометрический и свободный. Столы могут быть размещены вдоль стен, в нишах, линейно по оси зала, группами (островное расположение). Основные приемы расстановки столов: рядами, по диагонали, в шахматном порядке. Возможно использование столов разной формы и размера. В любом случае при расстановке столов должно быть рационально использовано пространство залов и созданы условия для комфорта гостей и удобного их обслуживания.

Квадратные столы, как правило, расставляют в шахматном порядке. Прямоугольные столы ставят обычно по периметру зала, у стен. Круглые столы устанавливают чаще всего в комбинации с квадратными. Ширина проходов между столами должна быть достаточной. Обычно ширина главного прохода от входной двери составляет не менее 2 м, ширина второстепенных проходов — около 1,5 м. Расстояние между отдельными столами не должно быть меньше 0,75 м.

Наряду с обеденными столами в зале размещаются серванты и подсобные столы официантов. В сервантах хранится запас столовых приборов, посуды, столового белья. Этот

запас необходим для работы официантов при дополнении и изменении сервировки. В верхних отделениях серванта, как правило, хранят столовые приборы, так как их заменяют чаще всего, в средних — тарелки, в нижних — столовое белье. На подсобных столах официанты открывают бутылки, порционируют блюда, ставят посуду. Высота этих столов должна соответствовать высоте обеденных, чтобы официант мог раскладывать и оформлять блюда на виду у гостей. Подсобные столы должны быть у каждого работающего в зале официанта. Дополнительно также должны иметься несколько запасных столов.

При геометрической расстановке обеденных столов серванты и подсобные столы размещают в зоне расположения обеденных столов — в проходах или по периметру зала. При свободной расстановке мебели подсобные столы могут размещаться островками у колонн, в нишах, у входа на раздачу.

Для транспортировки блюд используются передвижные сервировочные столы-тележки. На верхней полке такого столика размещают готовые закуски и блюда, на нижнюю полку ставят использованную посуду и приборы. Не допускается одновременного нахождения на передвижном сервировочном столике готовых блюд и использованной посуды.

4.6. Интерьеры торговых залов

Интерьер предприятия общественного питания - это своего рода ансамбль, в котором взаимное соответствие отдельных элементов связано единым замыслом архитектора. Единство стиля в интерьере достигается соотношением объемно-пространственного решения, цветовой композиции, приемов освещения и декоративных элементов. С решением интерьера должно быть органически связано оформление технологического, торгового и холодильного оборудования на предприятии, стиль мебели, посуды.

Одним из важных приемов в решении современного интерьера ресторана, бара является деление пространства торгового зала на отдельные зоны, секторы. Для этого применяют раздвижные стены, невысокие перегородки, цветочницы.

Интерьеры условно делят на две группы: динамическую и статическую. Для первой группы характерно единство внутреннего объема зала, холла, лестницы, входа и наружной стены. Рестораны такого типа имеют часть зала, как бы вынесенную на свежий воздух. Посетитель, пришедший с улицы, сохраняет эмоционально-психологический настрой, который получил, осматривая, к примеру, архитектурные памятники или созерцая окружающий пейзаж. Интерьеры второй группы отличаются замкнутостью внутреннего пространства зала. Этот тип интерьера используется чаще всего для тех ресторанов, которые расположены в городской черте или имеют в своем оформлении национальный колорит.

Крупным ресторанам свойственна строгость в оформлении залов, что создает атмосферу торжественности и праздничности.

При оформлении помещений ресторана учитываются его наименование, национальная кухня, особенности обслуживания и другие факторы. К отделке интерьера предъявляют определенные требования. Используемые материалы должны обладать прочностью, мягкостью, декоративностью, огнестойкостью, легко очищаться от пыли и дезинфицироваться, иметь хорошие изоляционные и акустические свойства.

4.7. Освещение и цветовые решения торгового зала

Свет обладает большим психологическим воздействием. Он может «сделать» зал просторнее, более уютным, способствовать шумному оживлению в зале и настраивать на тихую беседу. Освещение бывает общим, местным, смешанным. При общем освещении светильники располагают под потолком, при этом они равномерно освещают весь зал. В

залах с высокими потолками вешают красивые люстры, при низких потолках используют изящные плафоны.

К местному освещению относят систему освещения отдельных столов, участков зала, а также элементов оформления и оборудования. Для индивидуального освещения столов, барной стойки применяют настольные лампы, бра. Индивидуальное освещение дает возможность выделить более ярким светом эстраду или зону для танцев. Можно предусмотреть цветомузыку, подсветку фрагментов поверхностей стен, пола, украшений.

Смешанное освещение предполагает одновременное использование двух систем освещения. Залы предприятий должны иметь и естественное освещение. Освещенность обеденных залов должна быть не менее 200 лк.

Цвет в интерьере. В композиции интерьера залов участвует и цвет. От удачно выбранного цветового решения зала в основном зависит эмоциональный настрой посетителей. На выборе цветовой гаммы зала чаще всего сказывается ориентация на стороны света. При северной и восточной ориентации помещения сумрачные, в этих случаях необходима теплая гамма. При юго-западной ориентации предпочтительнее применение цветов холодной гаммы. Цветовое решение зала может быть разнообразным. Психологи предупреждают, что использование многих ярких цветов может создавать у посетителей чувство беспокойства, а присутствие лишь одного цвета порождает скуку.

К тому же следует учитывать, как цветовая среда будет восприниматься при искусственном освещении.

4.8. Вентиляция помещений общественного питания

Для создания нормального температурного режима (температура 16 - 18° С, влажность воздуха 60—65 %) в торговых помещениях иногда осуществляется кондиционирование воздуха.

Кондиционеры работают бесшумно, поддерживают в залах предприятий заданную температуру и влажность воздуха, очищают его. Однако чаще всего необходимый температурный режим поддерживается благодаря правильному устройству вентиляции и отопления.

Обычно используется общая система приточно-вытяжной вентиляции, причем вентиляционные решетки, выходящие в торговые помещения, должны быть декоративно оформлены. В торговых залах ресторанов, коктейль-барах следует устраивать самостоятельную механическую вентиляцию.

Очень важно добиться бесшумной работы вентиляционных установок. Появление шума может быть вызвано неправильным выбором вентилятора, дефектами его работы или слишком большой скоростью прохождения воздуха в вентиляционных каналах. Заглушить звуки можно специальной обкладкой из звукопоглощающих материалов. Глушение звука достигается также при помощи увеличения сечения канала и придания ему соответствующей формы.

Тема 5 Подготовка помещений ресторана к приему клиентов

5.1. Начало рабочего дня

5.2. Уборка и подготовка зала

5.3. Сервировка стола

5.1. Начало рабочего дня

К обслуживанию посетителей в ресторане готовятся ежедневно. Директор, ответственный за хозяйственную деятельность предприятия, обеспечивает четкое снабжение ресторана сырьем, продуктами и предметами материально-технического оснащения. Метрдотель в начале рабочего дня руководит работой официантов и уборщиков

по уборке и подготовке торгового зала к обслуживанию гостей ресторана, следит за правильностью сервировки столов.

Подготовка ресторана к приему посетителей начинается с улицы. Дворник приводит в порядок прилегающую к ресторану территорию: в осенние дни подметает опавшую листву, мусор, а зимой убирает снег.

Швейцар приводит в порядок свою форменную одежду. Гардеробщик наводит порядок на своем рабочем месте -- протирает оборудование, проверяет наличие номерков. Уборщики убирают туалетные и курительные комнаты, проветривают помещения, протирают зеркала, приводят в надлежащее состояние раковины и прочее оборудование, проверяют, есть ли мыло, салфетки, бумажные полотенца, туалетная бумага.

5.2. Уборка и подготовка зала

Основную уборку производят в утренние часы и заканчивают за один--два часа до открытия ресторана. Оставшееся время официантам отводится для личной подготовки. Уборка торгового зала осуществляется в определенной последовательности.

Так, при влажной уборке сначала вытирают пыль с подоконников, мебели (столы, стулья, серванты), панелей, далее протирают светильники, настольные лампы и бра, затем моют пол с помощью разнообразных моющих средств. Во время уборки также уделяют внимание цветам: их поливают, сбрызгивают водой, удаляют подсохшие листья. При сухой уборке сначала убирают пол, а затем удаляют пыль с предметов, находящихся в зале.

Если в зале ресторана на полах ковровое покрытие, то для уборки используют пылесосы и другие уборочные машины. Для натирки паркетных полов применяют полировочные машины, моечные машины с быстрой просушкой.

После уборки помещение проветривают. При необходимости в течение дня уборщица или дежурная по залу делает небольшую местную уборку.

Один раз в месяц для проведения генеральной уборки и дезинфекции всех помещений в ресторанах проводится санитарный день.

В штате ресторана обязательно должен быть электрик, который следит за техническим состоянием электроосветительных приборов, заменяет электропроводку, перегоревшие лампы и т.д.

После уборки торгового помещения расставляют мебель. Расстановка зависит от интерьера и планировочного решения торгового зала.

После уборки торгового помещения и расстановки мебели администратор зала или бригадир официантов получает в сервизной посуду и столовые приборы, тщательно проверяя их состояние. Тарелки должны быть без трещин и отколов, фужеры, рюмки -- чистыми и без повреждений. Обнаружив дефекты на посуде, приборах, их возвращают в сервизную.

В ресторанах используют столовое белье - скатерти, салфетки, ручники - из льняных тканей, оно прочнее и гигиеничнее, чем из хлопчатобумажных тканей. Так, льняные салфетки и скатерти более гладкие на ощупь, меньше загрязняются и легко отстирываются.

Скатерти подразделяют на обычные, размером 173 x 173 см, банкетные размером 173 x 208, 173 x 250, 173 x 280, 173 x 500 см, а также банкетное полотно шириной 173 и 140 см и длиной от 5 до 10 м. Салфетки преимущественно белые размером 46 x 46 см и цветные с ажуром 35 x 35 см. Ручник из белой льняной ткани 35 x 85 см необходим для подачи блюд.

Столовое белье, употребляемое при обслуживании, должно быть накрахмалено и выглажено. Скатерти складывают по длине, проглаживают основную складку, затем снова складывают вдвое по длине, после чего складывают два раза поперек, начиная с середины.

Чистые и выглаженные скатерти и салфетки хранятся в бельевой, где их получают для сервировки столов и проверяют. При обнаружении дефектов столовое белье возвращают в бельевую.

Посуду к подсобным столам доставляют на подносах или официантских тележках. На подносах, застеленных полотняной салфеткой для уменьшения скольжения, переносят стеклянную посуду (фужеры, рюмки, бокалы). Тарелки переносят, накрывая их ручником.

Приступая к сервировке столов, официанты предварительно протирают столовую посуду и приборы чистыми салфетками. Тарелку, обхватив ее левой рукой концом полотенца, а правой рукой зажав остальную часть полотенца, протирают, поворачивая.

Рюмки протирают осторожно, так как при сильном нажатии хрупкое стекло может лопнуть и поранить руку. Нельзя дуть на стеклянную посуду, протирая ее, использовать несвежую салфетку -- это противоречит правилам санитарии и гигиены. Бокал, фужер, рюмку держат за ножку полотенцем левой рукой, а правой рукой, взяв полотенце, протирают одновременно наружную и внутреннюю стороны. Столовые приборы берут (сразу несколько штук) левой рукой через полотенце, а правой протирают до блеска. Начищенные приборы укладывают на салфетку, на подносы и убирают в подсобный столик. На подсобных столиках подготавливают вазочки для цветов, а также приборы для специй. Они должны быть абсолютно чистыми. Солонки наполняют на 3/4 объема солью и закрывают крышкой. Перечницы наполовину наполняют сухим перцем. Пепельницы официанты чистят специальным материалом вне торгового зала.

5.3. Сервировка стола

Завершающим этапом подготовки залов к обслуживанию посетителей ресторана является сервировка столов.

Предварительная сервировка столов зависит от класса ресторана, метода и времени обслуживания. В ресторанах люкс и высшего класса используется красивая, современная столовая посуда и приборы, столовое белье высшего качества.

В утреннее и обеденное время применяется минимальная сервировка, а в вечернее время более полная.

Минимальная сервировка столов на завтрак состоит из закусочной и пирожковой тарелок, закусочных приборов, чайной ложки, фужера и салфетки.

Минимальная сервировка столов на обед должна включать столовую, закусочную и пирожковую тарелки, закусочные приборы, столовые приборы, столовую ложку, фужеры, салфетки.

Минимальная вечерняя сервировка (столовая, закусочная, пирожковая тарелки, закусочные, столовые приборы, фужер, рюмка для вина, всех сторон, а ее углы - закрывать ножки стола. Не допускается накрывать столы мятыми скатертями, а затем сбрызгивать их водой

Иногда во время обслуживания посетителей приходится заменять грязную скатерть чистой. Для этого всю посуду и приборы убирают со стола на подсобный столик, а использованную скатерть сдвигают до тех пор, пока не покажется столешница. Одновременно готовится чистая скатерть, сложенная вчетверо (вдвое и параллельно еще вдвое). Середина скатерти и два свободных края должны быть обращены к официанту. Подготовленную скатерть официант берет обеими руками на равном расстоянии от ее центра по ширине стола. Затем подходит к столу и резко поднимает; руки со скатертью вверх и вперед, чтобы скатерть в развернутом виде стала опускаться на противоположную сторону стола. Одновременно официант быстро берется за край использованной скатерти и натягивает на себя, забирая ее, а чистую скатерть кладет на стол. Чтобы быстро и красиво выполнить эту процедуру, официанту необходимо иметь навык, который достигается трудом и учебой.

В процессе подготовки столов к обслуживанию банкета, как правило, прежде чем накрыть столы скатертями, их накрывают тканью или сукном светлого цвета, что предохраняет посуду при падении от боя и уменьшает шум, когда ставят тарелки или кладут приборы на стол.

В ресторанах первого класса, где устанавливают столы со специальным гигиеническим покрытием, скатерти не стелют, а используют индивидуальную салфетку любого цвета, гармонирующую с остальным интерьером ресторана; размер салфетки 50 x 35 мм. После каждого обслуживания салфетку заменяют чистой.

Сервировка стола тарелками. В ресторанах люкс и высшего класса для обслуживания посетителей используют только фарфоровую посуду. Эта посуда отличается легкостью, изяществом, великолепным дизайном и рисунком. Для ресторанов фарфоровая посуда изготавливается на фарфоровых заводах по индивидуальному заказу, комплектом, куда входят до 40 наименований предметов. Посуда имеет фирменный знак или эмблему и соответствует интерьеру торговых помещений. В зависимости от количества посадочных мест в торговом зале предусматриваются 3 комплекта столовых тарелок, 1,5 - глубоких, 1,5 - десертных, 2-3 - закусочных, 4-5 пирожковых.

Банкетная сервировка включает сервировку мелкой столовой тарелки, на которую ставят закусочную, иногда между тарелками укладывают салфетку, чтобы закусочная тарелка не скользила. Слева от бортика мелкой столовой тарелки на расстоянии 5-10 см устанавливают пирожковую тарелку. Центры тарелок должны совпадать и находиться на одной линии параллельно краю стола. Пирожковую тарелку можно разместить так, чтобы дальние края тарелки были на одной линии с мелкой столовой тарелкой. Обычная сервировка не предусматривает расстановку столовой мелкой тарелки. На стол ставится сразу закусочная тарелка.

Сервируя стол, официант берет в левую руку на полотенце стопку тарелок. Тарелку официант должен брать большим и указательным пальцами, вытянув указательный палец вдоль бортика тарелки, а остальными пальцами придерживать дно тарелки. Сервируя стол мелкими столовыми и (или) закусочными тарелками, официант идет вдоль стола справа налево, а пирожковые тарелки раскладывает, идя слева направо, держа тарелки на правой руке. На стол тарелку ставят точно против кресла (стула) на расстоянии 2 см от края стола. Эмблема ресторана на тарелке должна быть повернута в сторону посетителя.

Сервировка стола столовыми приборами. В ресторанах люкс и высшей категории для сервировки столов на банкетах и юбилеях используют мельхиоровые приборы. Для обычной сервировки применяют приборы из нержавеющей стали. Приборы делят на основные, с помощью которых едят, и вспомогательные, с помощью которых накладывают, раскладывают и нарезают.

К основным приборам относят закусочные, рыбные, столовые, десертные и фруктовые приборы.

Закусочный прибор (нож и вилка) подают к холодным блюдам и закускам и некоторым горячим блюдам (блинам, яичнице).

Рыбный прибор (нож, вилка) используют для сервировки горячих рыбных блюд. Рыбный нож тупой и напоминает лопатку, вилка с короткими зубцами.

Столовый прибор (нож, вилка, ложка) используют для сервировки первых и вторых горячих блюд.

Десертный прибор (вилка, ложка) используют для сладких блюд (рис. 1). Десертными вилками и ножом сервируют стол, когда в заказе предусмотрены фрукты (груши, яблоки, арбузы и дыни), только вилкой, если заказан фруктовый салат. Ложку чайную сервируют для чая, а кофейную для кофе.

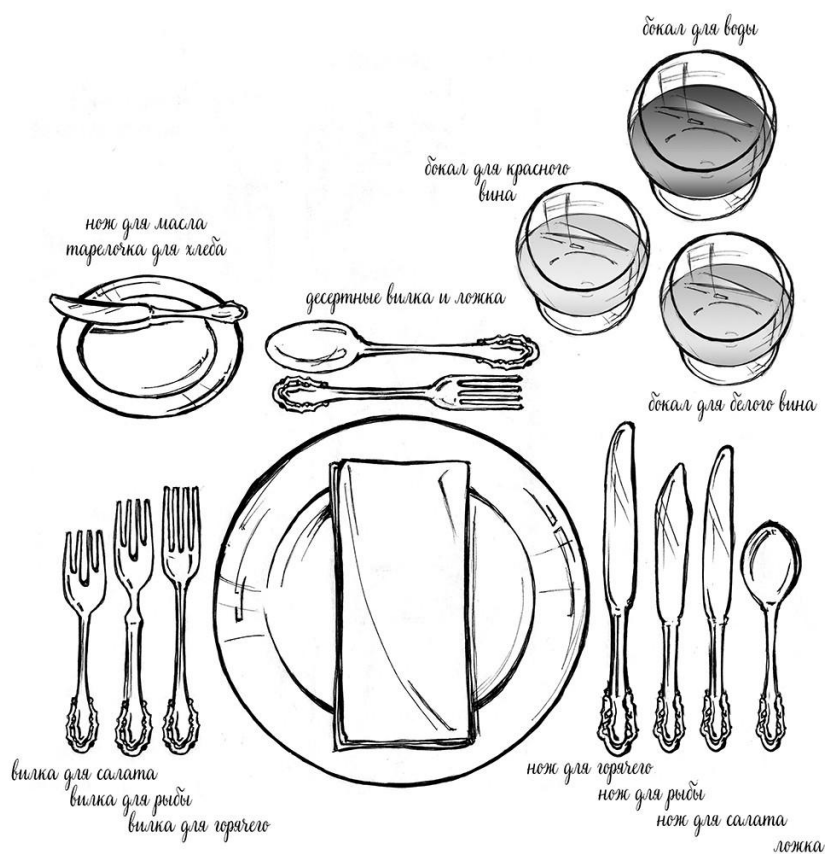


Рис- 2- Классическая сервировка стола

Вспомогательные приборы - нож для масла, нож для сыра, нож-пила для нарезки лимона. Если в заказе столовыми приборами с учетом подачи десерта предусмотрены раки или устрицы, то стол сервируют вилок для раков (длинная вилка с двумя зубцами на конце) или вилок для устриц (один из трех зубцов (левый) более мощный, предназначен для отделения мякоти устрицы от раковины). Для горячей рыбной закуски подают вилок кокильную, она имеет три зубца, более коротких и широких, чем у десертной вилки.

Перед сервировкой столов официант тщательно проверяет, в наличии ли приборы, которые согласно меню могут понадобиться при обслуживании. Далее официант берет поднос с подготовленными столовыми приборами на ладонь левой руки, а правой раскладывает ножи и ложки, двигаясь при этом вдоль стола, справа налево. Вилки официант раскладывает левой рукой, держа поднос в правой руке и двигаясь вдоль стола слева направо.

Справа от мелкой столовой тарелки раскладывают ножи (столовый, рыбный, закусочный) лезвием к тарелке, на расстоянии 0,5 см между приборами и от края тарелки. Если заказано первое блюдо, то справа также кладут столовую ложку вогнутой стороной вверх, между закусочным и рыбным ножами. Слева в направлении от тарелки на расстоянии 0,5 см раскладывают столовую, рыбную, а затем закусочную вилки зубцами вверх. Концы ручек столовых приборов должны быть на одном уровне с тарелкой и на расстоянии 2 см от края стола. Сервировка столовыми приборами зависит от заказа посетителя или меню банкета.

Если в заказе предусмотрены только холодные закуски, то сервировка состоит лишь из закусочных приборов. Если в заказе присутствуют горячие блюда, то стол сервируют дополнительно столовыми ножами и вилками. При наличии в заказе горячих блюд из рыбы сервировка дополняется рыбными приборами. Десертные приборы раскладывают перед мелкой столовой тарелкой в направлении от тарелки -- сначала нож, потом вилка и десертная ложка. У ножа и десертной ложки ручки направлены вправо, а у вилки - влево (см. рис. 2). Сервировка десертными приборами также зависит от меню. Если в меню есть

фрукты, то сервировка предусматривает фруктовые вилки и ножи, при наличии кондитерских изделий - десертные ножи и вилки. Десертные приборы могут раскладываться веером, при этом первой на стол кладут вилку, на зубцы вилки - кончик ножа, а сверху - десертную ложку.

Сервировка стеклянной посудой. При сервировке в ресторанах люкс и высшей категории используют посуду из хрустала и стекла. Хрустальной посудой сервируют столы при обслуживании банкетов и торжественных приемов, стеклянной -- при повседневном обслуживании. Хрустальная посуда обладает высокими эстетическими достоинствами и служит украшением стола. Емкость стеклянной посуды, используемой для сервировки, зависит от крепости напитка: чем крепче напиток, тем меньше емкость посуды. Сервируют столы стеклянной посудой с рук или с подносов. При небольшом количестве приборов из стекла официант помещает их между пальцами левой руки емкостью вниз (ладонь повернута вверх), а правой рукой берет за ножку стеклянный прибор и ставит на стол.

Если официант пользуется подносом, то он устанавливает перевернутые фужеры, рюмки, бокалы (каждый вид приборов отдельно) на покрытый салфеткой поднос. Передвигаясь вдоль стола и держа поднос на ладони левой руки, официант правой рукой ставит прибор справа на определенное место. Расстановка стекла зависит от заказа посетителя. Если заказана минеральная или фруктовая вода, то официант ставит фужер в центре за тарелкой или справа на линии пересечения верхнего края тарелки и кончика первого ножа. Рюмки и бокалы ставят правее от фужера под углом 45° к кромке стола. При обслуживании банкетов стеклянные приборы ставят в два ряда: в первом - рюмки более низкие, во втором - бокалы и рюмки между рюмками первого ряда в один ряд не ставятся.

Фужер всегда стоит в первом ряду. Бокалы и рюмки расставляют в соответствии с подачей блюд. Расставляются рюмки справа налево в такой же последовательности, как и подача вин.

Сервировка стола завершается раскладыванием салфеток и расстановкой приборов со специями и пепельниц. Приборы со специями ставят на столы в дневное время при массовом обслуживании, в вечернее время столы сервируют только прибором с солью, а другие специи и приправы подают по желанию посетителя. При обслуживании банкетов специи ставят на середине стола, при обычном обслуживании - по оси.

Во многих ресторанах в торговом зале курение запрещено, поэтому пепельницы на столы не ставят. Одним из элементов сервировки является украшение стола цветами. Выполняя декоративную функцию, они создают настроение у посетителя. Цветы ставят в соответствующей вазе в удобном месте и не обязательно на середину стола. Ваза с цветами не должна заслонять собой ни блюда, ни людей, сидящих напротив. Особенно красиво украшать стол рассыпными цветами, но они быстро вянут.

Тема 6 Этапы обслуживания клиентов

6.1. Процесс обслуживания клиентов ресторана

6.2. Выполнение заказа

6.3. Методы сервиса клиентов

6.1. Процесс обслуживания клиентов ресторана

Порядок обслуживания гостей ресторана предусматривает четкую и слаженную работу всех сотрудников заведения.

Каждый сотрудник обязан знать свои обязанности и строго следовать им. Встреча посетителей ресторана начинается у входной двери, где их приветствует швейцар в униформе – ливрее, фуражке и белых перчатках. В вестибюле навстречу гостям выходят гардеробщики и, принимая от гостей верхнюю одежду, дают им фирменные номерки. Затем посетители перед зеркалом могут привести себя в порядок. У входа в зал ресторана гостей встречает метрдотель, также приветствуя их, и провожает до свободного стола. Если по какой-либо причине метрдотель отсутствует, то эти функции выполняет бригадир официантов.

Предлагая посетителям занять места за столом, следует иметь в виду, что женщина должна сесть с правой стороны от мужчины, а при обслуживании ей нужно подавать блюда в первую очередь. Официант, подходя к столику, должен приветствовать гостей в зависимости от времени посещения словами «Доброе утро», «Добрый день» или «Добрый вечер».

Если гости сели за выбранный ими стол, то предлагать им другие места, пересаживать не разрешается. В вечерние часы занимать свободные места за столом, где уже сидят посетители, можно только после того, как они дадут на это разрешение метрдотелю. В дневные часы (с 12 до 17), когда отпусаются обеды, за столиками занимают свободные места. Иногда бывает, что в зале ресторана посетитель и официант сталкиваются друг с другом. В таком случае официант предлагает посетителю пройти первым. При приеме заказа официант должен стоять возле гостя по возможности с правой стороны от него, не касаясь при этом стола, стула (кресла), не наклоняясь близко к гостям.

Меню предлагается в раскрытом виде на первой странице слева левой рукой. Если за столом одной компанией сидят несколько человек, меню подается старшему из них. При встрече посетителей, приеме заказа и обслуживании официант должен соблюдать принятые правила этикета. Так, если среди гостей есть женщина, следует помочь ей занять место за столиком, подставить кресло. Меню в первую очередь предлагается старшей из женщин. Подождав несколько минут в стороне, следует вежливо спросить, нужна ли ей помощь в выборе меню. Если гости попросят посоветовать, какое блюдо лучше выбрать, официант тотчас же с готовностью должен прийти к ним на помощь, стараясь учесть вкусы посетителей. Если гость не изъявит желания, чтобы ему помогли, официанту рекомендуется терпеливо ждать. Если гость спросит официанта: «Что у вас сегодня вкусное?» – никогда не следует отвечать: «У нас все вкусно».

Рекомендуя посетителю то или иное блюдо, официант должен со знанием дела рассказать о его вкусовых качествах и особенностях приготовления. После приема заказа на кулинарные блюда официант принимает заказ на винно-водочную продукцию, но при этом должен быть готов помочь гостям в выборе вин и к холодным закускам, и к первым и вторым блюдам и т.д. Официанту необходимо досконально знать не только ассортимент вин в баре, но и их качество, особенности и, в частности, уметь рекомендовать те или иные вина в сочетании с заказанными блюдами.

6.2. Выполнение заказа

Заказ от посетителя может принимать официант, бригадир звена официантов, а от больших компаний или групп – метрдотель. Заказ вписывается в блокнот счетов в двух экземплярах, под копирку. Принимать заказы следует очень внимательно, чтобы предупредить возникновение недоразумений. После принятия заказа его надо повторить

гостю для проверки, уточнить время подачи блюда и т.д. Если за столом сидят отдельно несколько посетителей, официант должен подойти к каждому из них и открыть отдельный счет. По окончании приема заказа следует, помимо вина, предложить фруктовую или минеральную воду. Приняв заказ, официант получает в сервизной посуду для холодных закусок и делает заказ. Затем он идет в горячий цех и заказывает горячие блюда. И только после этого пробивает чеки на кассовой машине для получения буфетной продукции. Обычно при заказе вторых блюд (горячих) официант делает заказ и на десертные блюда, для того чтобы повара подготовили необходимые продукты или полуфабрикаты. Тогда в нужный для подачи момент приготовление их займет значительно меньше времени.

Получая заказные блюда из кухни, официант обязан обратить внимание на их оформление, температуру и т.д. Если при отпуске ему одинаковых блюд он увидит, что одно хорошо, а другое плохо оформлено или одно из блюд покажется меньше по объему или весу, официант не должен принимать их. Необходимо вызвать метрдотеля или заведующего производством и исправить недочеты. Запрещается принимать от раздатчика небрежно оформленные, подгоревшие или остывшие блюда.

Винно-водочные изделия отпускаются из буфета в бутылках или в разлив в графинах, при индивидуальном заказе – 50–100 г напитка в рюмке. При получении алкогольных и безалкогольных напитков официант должен обратить внимание на температуру их подачи. Полученную в буфете продукцию переносят в зал на подносе, застеленном салфеткой. Официант в первую очередь подает минеральную и фруктовую воду, для чего откупоривает бутылки на подсобном столике (серванте), протирает горлышко салфеткой и с разрешения гостей разливает напиток в фужеры (первым обслуживает женщин).

Официант должен стоять с правой стороны от гостя, держа в правой руке бутылку так, чтобы ее этикетка была обращена к гостю. После напитков официант получает и подает последовательно холодные закуски, горячие закуски, супы, вторые горячие блюда, а затем десерт. При получении горячих закусок официант обращает внимание на чистоту посуды.

Вторые горячие блюда отпускают с производства в металлической посуде на однопорционном или многопорционных блюдах, в баранчиках, сковородах, а также фарфоровой и керамической посуде. Гарниры и соусы можно отпускать отдельно от основного продукта, горячие гарниры – в металлической посуде, а холодные – в фарфоровой. Интервалы между получением и доставкой разных блюд устанавливают официант и посетитель по договоренности.

Как правило, обед начинается с закуски. Ассортимент холодных закусок чрезвычайно разнообразен и их можно подразделить на холодные и горячие. Красиво оформленные блюда с холодными закусками с использованием свежих овощей и фруктов.

Холодные закуски, также, как и другие блюда, подают к столу в последовательности, предусмотренной правилами меню. Если гость заказал несколько закусок и блюд, причем в заказ входят также сливочное масло и свежие овощи, то сливочное масло и овощи следует подать сразу же и оставить на столе до конца еды, убрать их нужно со стола (с согласия гостей) перед подачей десерта. Так, например, гость заказал икру зернистую, семгу с лимоном, овощи свежие и сливочное масло. Заказ подают в следующей последовательности: икра зернистая, масло сливочное, овощи натуральные, семга. При повседневном обслуживании все холодные блюда, подаваемые с гарниром, и салаты ставят с левой стороны от гостя, а холодные блюда без гарнира (сыр, колбаса) или с небольшим количеством гарнира (сельдь или килька с луком), заливные или фаршированные блюда,

малосольную рыбу и рыбную гастрономию – справа. Все блюда, которые ставят с левой стороны от гостя, официант подает левой рукой, а с правой стороны от гостя – правой рукой. Холодные закуски приносят на подносе вместе с приборами, которыми следует пользоваться, и ставят на подсобный стол. Если заказана рыба, полагается закусочный нож и вилка, а не рыбный нож и вилка. В блюда с закусками официант кладет приборы для раскладки.

Затем с разрешения гостей подает закуски на обеденный стол. При этом нужно помнить, что закуски в высокой посуде ставят ближе к центру стола, а в более низкой (например, на лотках) – ближе к краю стола. Салатники, икорницы, соусники ставят на пирожковую тарелку.

Если заказано несколько видов закусок, то их ставят на стол в той же посуде, в которой они принесены. При заказе большого количества разнообразных закусок на стол ставят два-три вида, а остальные раскладывают на закусочные тарелки и подают посетителям в процессе обслуживания. Существует установившийся порядок последовательности подачи закусок. Вначале подают икру и рыбные закуски (рыбу малосольную, отварную, заливную, под маринадом и др.). Затем рыбные салаты и, наконец, мясные закуски – ветчину, язык, пащтет, птицу, мясные и овощные салаты и др.

Горячие закуски – при подаче горячих закусок (в порционных сковородах) их ставят на подогретые закусочные тарелки, покрытые бумажными салфетками, чтобы сковороды не скользили. Если в меню заказа имеются рыбные и мясные закуски, то после рыбных закусок официант обязан заменить закусочную тарелку и прибор.

Супы и бульоны- супы бывают горячие и холодные. По способу приготовления различают супы прозрачные (бульоны), заправочные (щи, борщи, солянки и др.), и пюреобразные (суп-пюре из цветной капусты, из кур, дичи и др.). Отдельную группу составляют фруктово-ягодные супы. Горячими подают все супы, кроме супов на хлебном квасе, свекольных отварах и т.д. Принесенные в зал супы в мисках официант разливает на подсобном столе с помощью разливательной ложки в фарфоровые тарелки, бульоны, супы-пюре – в бульонные чашки. Глубокие тарелки и чашки должны быть подогретыми до температуры 65– 70° С.

Супы разливают в следующем порядке. Официант ручником снимает крышку с суповой миски и кладет ее наружной стороной вниз, чтобы не испачкать салфетку или специально подготовленную заранее мелкую столовую тарелку. Затем берет подогретую глубокую тарелку и ставит ее на мелкую столовую. Разливательную ложку при этом держит как можно ближе к тарелке, чтобы не расплескать суп, а глубокая тарелка должна находиться на одном уровне с миской. При разливе суп не взбалтывают, а равномерно распределяют жир и сметану на поверхности, если ею заправлено первое блюдо, затем кладут густую часть супа и вслед за этим разливают бульон. Ложку при обслуживании, если она заранее не положена на стол, подают на подставочной тарелке.

Бульоны и прозрачные супы подают в бульонных чашках, которые, как правило, наполняют на производстве. Чашка должна быть поставлена на блюде ручкой влево. Ложку кладут на блюде или на стол справа от гостя. К бульону подают гренки, пирожок или профитроли на пирожковой тарелке, которую ставят слева от чашки с бульоном. Можно предложить яйцо (сваренное вкрутую или в «мешочек») или омлет.

Приступая к работе с заказом, официант должен соблюдать общие правила техники обслуживания, а также принятую последовательность подачи холодных и горячих закусок,

блюд и напитков. Гостей следует обслуживать быстро, без шума и суеты. Время ожидания обслуживания должно составлять не более 15-20 минут (до момента подачи холодных блюд). Официант должен уметь ставить посуду и раскладывать столовые приборы перед гостем без шума, плавными движениями и в определенном порядке.

6.3. Способы обслуживания клиентов

В ресторане используют три способа подачи закусок и блюд:

- «в обнос» (французский способ) – с переключением заказного блюда на тарелки гостю с помощью специальных приборов;
- «в стол» – русский способ – с расстановкой заказных блюд (несколько порций в одной посуде) на обеденном столе;
- предварительное переключением закусок и блюд на тарелки гостей на подсобном или приставном столе (английский способ).

Подача блюд «в обнос» – этот способ применяется при каждодневном обычном обслуживании или, например, на банкете с полным обслуживанием.

Техника обслуживания «в обнос» включает следующие операции:

- на принесенные из кухни блюда официант кладет приборы для переключивания (столовые ложки, вилки, лопатки, щипцы), при этом ручки приборов должны выступать за борт блюда – ложка несколько больше, чем вилка, и углублением вниз;
- свертывает ручник вчетверо и кладет его на ладонь левой руки (прикрывая концом ручника манжету рукава); ручки приборов должны быть обращены в сторону гостя;
- правой рукой ставит наверх ручника блюдо с холодной закуской и приборами;
- при подаче горячего блюда пальцами правой руки берет через ручник металлическое овальное блюдо и устанавливает его на левую руку, предварительно расстелив на ней салфетку, пальцы левой руки при этом должны поддерживать блюдо снизу;
- подходит к гостю с левой стороны, выдвинув левую ногу несколько вперед; слегка наклонив блюдо, приближает его к тарелке гостя так, чтобы край блюда находился над краем тарелки, не касаясь его; если гость сам переключивает себе на тарелку кушанье, то свободную правую руку официант отводит назад, согнув в локте за спиной; в случае, если официант сам раскладывает блюда в тарелки гостя, то он берет прибор в правую руку, чтобы ложка удерживалась за середину снизу средним пальцем, а ручка вилки удерживалась за середину концами указательного (снизу) и большого (сверху) пальцев.

Тема 7. Меню предприятий общественного питания

7.1. Понятие меню. Основные требования к разработке меню.

7.2. Технология создания меню

7.3. Сезонность меню

7.1. Понятие меню. Основные требования к разработке меню

В наши дни общественное питание развивается по разным направлениям. Возникает крупное число ресторанов с национальной кухней, возникают новые виды предприятий общественного питания: пабы, суши-бары и т.д. и следственно положительно разработанное меню является одной из основной составляющей для результативной работы ресторана. Зачастую именно меню является первой и исключительной рекламой, которая на 100% привлечет внимание посетителей. Именно благополучно разработанное меню окажет значительное воздействие на управление ценами в

ресторане, поможет получить прибыль и оптимизирует процесс работы в том либо другом заведении.

Слово «меню» происходит от французского «menu» и обозначает расписание блюд и напитков на завтрак, обед и ужин, а также рационы (трехразового питания), составленные для обслуживания совещаний, симпозиумов и др. Второе определение «меню» – это бланк, карта, лист бумаги, где печатается либо пишется наименование блюд. Меню представляет собой лист, согнутый вдвое, либо оформленный в виде тетради. В нем должно быть столько страниц, сколько нужно, чтобы вписать все блюда и напитки. Меню должно быть переведено на 1-2 языка.

Правила расположения закусок и блюд с учетом последовательности их подачи:

- Холодные и горячие закуски: рыбные, мясные, овощные.
- Первые блюда, причем сначала бульоны, затем заправочные супы – борщи, лапшу, щи, солянку, наконец, пюреобразные супы из овощей, курицы.

- Вторые горячие блюда: вначале рыбные, затем мясные.

(Вначале в меню вписывают рыбные отварные блюда, затем блюда в соусе, жареные, запеченные и т. д. В меню из мясных блюд вначале вписывают натуральные блюда из мяса, затем блюда под соусом и, наконец, блюда из птицы и дичи).

- Блюда, приготовленные из овощей (цветная капуста, спаржа, рагу из овощей), яиц (омлеты с сыром, ветчиной), молочных продуктов, мучными блюдами (блинчики с различными начинками и т. п.).

- Сладкие блюда: горячие и холодные.

- Горячие напитки, кондитерские изделия, фрукты

Блюда в меню в значительной степени зависят от выбранной концепции ресторана, где отражается общее направление кухни, даются рекомендации по количеству блюд, а так же ценовой политике.

Этой информации может быть достаточно и для разработки технологического проекта, технико-экономического обоснования и подбора оборудования.

Считается, что в ресторане средней ценовой категории, к примеру, вполне достаточно шести видов горячих блюд из мяса, шести из рыбы и трех-четырёх из птицы.

7.2. Технология создания меню

На первом этапе составления меню разрабатывают ассортимент блюд и напитков, содержащие обычные, новые и фирменные блюда. При этом нужно непрерывно следить за изменяющимися предпочтениями покупателей, изучать потребность на блюда и вносить изменения в меню. На втором этапе нужно определить, какие блюда следует выделить в меню.

Для привлечения внимания к блюду необходимо разместить его наименование с фотографией и рекламным текстом в самом выигрышном месте в меню. Хорошая реклама блюда увеличивает объем продаж. На третьем этапе производится анализ блюд, включенных в меню, на популярность и прибыльность.

При составлении меню нужно рассматривать следующие факторы:

- приблизительный ассортимент блюд, напитков и изделий;
- присутствие сырья и продуктов на складе;
- сезонность продуктов;
- наличие стандартов приготовления блюд (сборников рецептов, технико-технологических карт на новые и фирменные блюда);
- особенности обслуживаемого контингента (возрастные, национальные, высокопрофессиональные, религиозные);
- время обслуживания (завтрак, обед, ужин);
- формы сервиса, рекомендуемые для данного контингента покупателей (бизнес – ланч, шведский стол, семейный обед);
- трудоемкость блюд, кулинарных и кондитерских изделий;
- специализация кухни по отношению к кухням конкурентов;

- полагаемый уровень прибыли;
- расходы на приобретение продуктов, аренду помещения, заработную плату персонала;
- режим работы персонала.

Этапы создания меню:

1. Разработка предварительного ассортимента на основании технического задания.
2. Дегустационная проработка блюд/напитков (возможно несколько проработок). Задача - оценка качества блюд и сервировки фокус-группой.

Важно!

Прежде чем положить меню на столы и предложить его гостям, его нужно проработать. Каждое блюдо, которое есть в меню повар готовит и предлагает его попробовать. Для этого можно приглашать на дегустацию знакомых шеф-поваров, можно попросить их написать свои мысли по каждому блюду.

3. Утверждение окончательного ассортимента.
4. Технологическая проработка. Задачи: формирование актов проработки, хронометраж блюд, фотографирование, обучение су-шефов и других носителей технологии.
5. Составление технологической карты, где подробно расписаны ингредиенты, их количество, а так же технология приготовления, чтобы в дальнейшем данное блюдо мог приготовить не только придумавший его шеф, но и другие повара ресторана и это блюдо ничем не отличалось, даже подачей. Для этого лучше сфотографировать каждое проработанное блюдо.
6. Ценообразование и разработка калькуляционных карт.
7. Бухгалтер рассчитывает затраты на ингредиенты и другие расходы, выводит себестоимость блюда и определяет приемлемую цену для продажи.
8. Разработка внутренней описательной документации для работников зала («книга о меню»). После того, как найден компромисс между директором (владельцем) и бухгалтером, дано одобрение руководства, блюдо вводится в меню и предлагается гостям.
9. Формирование закупочного листа (PAR-лист).
10. Подбор поставщиков
11. Работа с поставщиками по привлечению бонусов, спонсорских взносов, маркетинговых пулов.
12. Разработка дизайна меню. Нужно понимать, что меню должно быть читабельным и приятным для восприятия. Чтобы цвета не резали глаза, им необходимо сочетаться между собой. Очень важно помещать фотографии. Это привлекает внимание, возбуждает аппетит, это облегчает работу официанта. Это беспроигрышный вариант пассивного увеличения продаж. Дизайн меню должен соответствовать имиджу заведения.
13. Внесение технологических карт в систему автоматизации (АСУ).

7.3. Сезонность меню

Сезонное меню поддерживает интерес постоянных клиентов, привлекает новых и позволяет кафе или ресторану оставаться на плаву в любое время года.

Аргументы для сезонного обновления меню:

Полезность

В блюдах по сезону максимум пользы для здоровья человека. Вы готовите их из продуктов, которые проделали самый короткий путь до тарелки гостя.

Тренд на здоровое питание сохраняется. Если ваше заведение предлагает вкусную, красивую и полезную еду, отбоя от посетителей не будет.

Экономия.

Сезонные продукты всегда дешевле. Зачем готовить легкий летний салат из дорогостоящего авокадо, если прилавки ломятся от огурцов? Зачем вводить в летнее меню рагу из баклажанов, если осенью их цена в разы меньше?

Заготовки. Пользуйтесь сезонной дешевизной и делайте заготовки на осенне-зимний период. Фирменные варенья и компоты, соленья и лечо выгодно выделяют вас среди конкурентов с их банальным оливье.

А если на банке будет красоваться этикетка с датой, логотипом ресторана и подписью шеф-повара? Гости будут рады не только продегустировать авторские заготовки в ресторане, но и купить для домашней трапезы.

Кроме того, приготовление собственных маринадов и разносолов — это способ обеспечить работой коллектив заведения в низкий сезон. В период затишья многие рестораторы отправляют персонал в отпуск без особой надежды собрать всех обратно. Оставшиеся работники теряют интерес и навыки от вынужденного безделья. Заготовки помогают решить эту кадровую проблему.

Физиология.

Меняется погода — меняются вкусовые предпочтения гостей: в игру вступает физиологический фактор. Только неопытные рестораторы игнорируют его и предлагают, к примеру, в июле наваристую солянку и горячий чай без сезонных альтернатив.

Зима. При низких зимних температурах и просто в холодном климате организму требуются дополнительные силы и энергия. Пользуются спросом сытные мясные блюда и горячие напитки, чтобы согреться и уберечься от простудных заболеваний.

Весна. Растёт температура на столбиках термометров — аппетиты гостей снижаются. Организм готовится к лету, ему уже не нужны высококалорийная пища и большие порции. Простые в приготовлении блюда без тяжелых ингредиентов становятся основой весеннего рациона.

Лето. С наступлением знойных дней душа и тело просят освежающих напитков и лёгких детокс-продуктов с хорошим запасом полезных нутриентов.

Осень. Предпочтения опять сдвигаются в сторону плотных и сытных блюд. Организму уже недостаточно овощного салата, он требует хорошую белковую добавку. Блюда из осеннего меню лучше тушить и запекать — это лучший вариант для угощения гостей с сезонным обострением гастрита, что в наши дни не редкость.

Психология

Редкие заведения удерживают интерес клиента, если изо дня в день предлагают одни и те же блюда. «Эффект новизны» удерживает старых клиентов, а любопытство привлекает новых — в заведения с особыми сезонными предложениями.

Кроме того, люди ассоциируют времена года с определённой едой и напитками: осень — с грибным меню и глинтвейном, лето — с лёгкими коктейлями и клубникой. Если эти сезонные предложения есть в заведении, вас будут выбирать на эмоциональном уровне.

Персонал в тонусе. Создание сезонного меню — хороший способ взаимодействия с персоналом. Вы устраиваете «мозговой штурм», вместе придумываете новинки, обсуждаете варианты, дегустируете. Тем самым объединяется коллектив для общей задачи.

Реклама заведения

Нередко ресторанные smm-специалисты и маркетологи ломают головы над тем, как выделить заведение среди конкурентов и обеспечить поток посетителей. Придумывают стимулирующие акции, посты для соцсетей, которые зачастую не работают из-за их надуманности и вычурности. Сезонные обновления в меню — это естественные новостные поводы, которые привлекут внимание к кафе или ресторану.

Важно следить за погодой и предлагать гостям гуляш по-венгерски и имбирный чай в зимний морозный вечер или фруктовый мохито в знойный полдень. Понимая и угадывая насущные потребности клиентов, сезонные предложения фирмы всегда будут востребованы.

Способы продвижения гастрономических новинок сезона:

- Сайт и соцсети. Самая удобная площадка для презентации нового меню: место для фотографий и описаний блюд не ограничено.

Фантазируйте и создавайте дух времени года в фуд-фотографиях, используя сезонный декор. Например, глядя на фото с тарелкой тыквенного супа-пюре в окружении яркой листвы, тыквенных семечек или плодов, люди проникнутся атмосферой осени, и ваши предложения покажутся им актуальными и аппетитными.

- Реклама в заведении. Рассказывайте о летних воздушных десертах или брутальных зимних напитках с экранов телевизоров в вашем заведении, помещайте информацию на менюхолдерах, вкладышах или отдельных страницах в меню.

- Биллборды. Размещение рекламы сезонного меню на уличных носителях привлечет потенциальных клиентов.

Создание сезонного меню

Сезонные предложения вводятся четыре раза в год (рекомендуемые месяцы: сентябрь, декабрь, апрель, июнь) таким образом, чтобы в первый день нового сезона обновленное меню уже работало. Важно делать всё заблаговременно: от идеи нового блюда до его фотографии в инстаграме гостя может пройти один-два месяца.

Этапы создания сезонного предложения:

1. Анализ. На этом этапе отдел маркетинга анализирует, какие блюда должны покинуть меню в новом сезоне, а какие — в нём появиться. Для исключения блюдаутсайдеров используется ABC-анализ.

ABC-анализ в ресторанном бизнесе помогает определить, на каких позициях в меню заведение заработало больше и меньше всего. Источник данных — отчет по продажам из системы автоматизации. Данные сортируются, позиции в меню образуют три группы:

- A — блюда с высокими показателями по продажам;
- B — блюда со средними показателями по продажам;
- C — блюда с низкими показателями по продажам.

Как правило, сезонные новинки появляются в меню за счёт исключения из него блюд группы C.

2. Обсуждение. Далее к планированию сезонного меню подключается отдел производства: шеф-повар, шеф-кондитер, главный технолог. Вместе с маркетологами и руководством заведения они рассматривают и обсуждают модные веяния, универсальные предложения типа окрошки и собственные наработки. Окончательное предложение выдает шеф-повар.

3. Дегустация. Фокус-группа, в составе которой шеф-повар, персонал и знакомые заведения, проводит дегустацию новых блюд. Дегустаторы общим решением могут забраковать некоторые позиции и не внести их в окончательный вариант меню.

4. Расчёт себестоимости. Технолог рассчитывает себестоимость выбранных позиций. Если полученные значения не устраивают, корректирует рецепт и технологию приготовления. Окончательный вариант попадает в меню и предлагается гостям.

Сезонное меню не просто освежает и дополняет основные позиции. Для рестораторов — это эффективный маркетинговый приём и способ экономии, для поваров — возможность продемонстрировать фантазию и мастерство.

С сезонным меню стол всегда будет ярким, разнообразным и привлекательным по цене. Формируйте у посетителей привычку проводить время в вашем заведении, и вы защитите свой бизнес от любых сезонных колебаний.

Литература

2. Вайнцвейг, Ари Безупречный сервис. Чтобы каждый клиент чувствовал себя королем / Ари Вайнцвейг. - М.: Добрая книга, 2015. - 152 с.
3. Волгин, В. Ресторанный бизнес. - М.: Дашков и К, 2014.
4. Волков, Ю.Ф. Основы гостиничного сервиса / Ю.Ф. Волков. - М.: Ростов н/Д: Феникс, 2015. - 320 с.
5. Гущина, И. А. Обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме / И.А. Гущина, Н.А. Зайцева. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2012. - 240 с.
6. Денисова, Наталья ВС. Туалетная комната в ресторане / Наталья Денисова. - Москва: Гостехиздат, 2017. - 184 с.
7. Джамалипур, А. Ресторанное дело / А. Джамалипур. - М.: Техносфера, 2015.
8. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме / Н.А. Зайцева. - М.: Форум, 2016.
9. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов Учебное пособие. - Мн.: Новое знание, 2001.
10. Патти, Д.Шок Маркетинг в ресторанном бизнесе / Д.Шок Патти. - М.: Ресторанные ведомости, 2014.
11. Саак, А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. - М.: Питер, 2017.
12. Сидорова, Ю. Ю. Предприятия общественного питания - М.: Academia, 2012.
13. Солдатенков, Дмитрий. Восточный ресторан. Создание и управление / Дмитрий Солдатенков. - М.: Ресторанные ведомости, 2018.
14. Список литературы
15. Ткалич, А. И. Консалтинговый сервис / А.И. Ткалич. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2012.
16. Фатов, М. Ф. 1000 блюд ресторанной кухни / М.Ф. Фатов, В.В. Холодков. - М.: Экономика, 2014.
17. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса / В.Г. Федцов. - М.: Дашков и Ко, 2014.
18. Затуливетров А. «Новый ресторан. 365 дней после открытия. Практическое пособие по управлению» - М, 2017.
19. <http://mir-restoratora.ru>
20. <https://restoranoff.ru>