Введение

25 годовщина свадьбы - это серебряная свадьба. Дата серьёзная, не каждая супружеская пара может похвастаться "серебряным" рубежом в своих отношениях. И если предыдущие юбилеи свадеб не всегда и не всем удается отмечать ежегодно, то серебряная свадьба - юбилей обязательный, долгожданный и радостный.

Ресторанный бизнес в России сегодня существует в трех нишах, неравных по объему и количеству игроков, — fast food, рестораны среднего ценового уровня и рестораны «высокой кухни».

В сегменте быстрого питания сегодня несомненно доминирует «Макдональдс» — сказываются преимущества раннего входа на российский рынок и отстроенной системы развития кадров внутри компании. Существует множество сетей передвижных вагончиков — «Крошка-картошка», «Стефф», «Народная кухня» и многих других, сочетающих крайне низкие цены с не всегда бесспорное качество.

Ресторанные сети среднего ценового уровня предоставляют на более доступном уровне тенденции крупных ресторанов. Это «Планета суши», «Якитория», «Патио-Пицца», «Елки-Палки» и другие.

В России уже в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого века начали появляться дорогие авторские рестораны «высокой кухни». Наиболее заметные сегодня авторские рестораны — «Пушкин» и «Сыр» Новикова, Le Duc и «Шинок» Деллоса, «Улей» Олега Бардеева.

Основной тенденцией развития ресторанного бизнеса в ближайшее время станет поиск новых архитектурных и дизайнерских решений, много сил рестораторам в ближайшее время придется бросить на обучение персонала, улучшение качества обслуживания и формирование мотиваций к работе.

1. Теоретическая часть

1.1 Классификация предприятий общественного питания

В соответствии с ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий», утвержденному Постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 года №198 установлена следующая классификация типов предприятий общественного питания:

· ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха;

· бар - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары;

· кафе - предприятие, оказывающее услуги по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки;

· столовая - общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей предприятие общественного питания, производящее и реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню;

· закусочная - предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей промежуточным питанием.

Класс предприятия общественного питания - совокупность отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

При определении класса предприятия учитывают следующие факторы:

· уровень обслуживания;

· изысканность интерьера;

· номенклатура предоставляемых услуг.

Рестораны и бары «класса люкс» - располагаются в исторических зонах города. Внимание потребителей привлекается световой вывеской с элементами оформления. Интерьер отличается изысканностью, при оформлении используются натуральные материалы, живые цветы, естественная зелень. В зале отводится место для эстрады и танцевальной площадки, обязательное наличие банкетного зала и отдельных кабин. Используется мягкая мебель, автоматическая система кондиционирования. Персонал имеет специальное образование и профессиональную подготовку, чем обеспечивают высший уровень обслуживания. Всё предметы интерьера имеют эмблему предприятия. Обслуживающий персонал одет в фирменную одежду. Для сервировки используется дорогая качественная посуда и приборы. В меню много заказных и фирменных блюд и напитков. Потребитель может заказать блюдо, не включенное в меню, кроме того, по его желанию блюдо могу приготовить у него на виду. Рестораны и бары класса люкс предоставляют широкий выбор услуг.

Рестораны и бары «высшего класса» - отличаются от таковых класса люкс более скромным и простым интерьером, хотя здесь тоже присутствуют оригинальные элементы. Для потребителя создаются такие же комфортные условия, как и в ресторанах класса люкс. Рестораны предоставляют большой выбор услуг, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных, заказных и фирменных блюд и изделий, а бары – широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей.

Рестораны и бары «первого класса» - отличают гармоничность, комфортность и достаточно высокий набор услуг. В интерьере залов используются оригинальные декоративные элементы. В отличие от ресторанов люкс и высшего класса отсутствует эстрада и танцевальная площадка. В ресторане первого класса должны быть банкетный зал и отдельные кабины. Комфортные условия обеспечивают системы приточно-вытяжной вентиляции. В залах стоят столы с полиэфирным покрытием и полумягкие кресла. Столы накрываются скатертями, которые иногда могут заменяться индивидуальными салфетками.

1.2 Основные и дополнительные услуги общественного питания

# ГОСТ Р 50764-95 "Услуги общественного питания. Общие требования", утв. постановлением Госстандарта РФ от 5 апреля 1995 г. N 200.

Услуга общественного питания: результат деятельности предприятий и граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей потребителя в питании и проведении досуга.

# Классификация услуг общественного питания:

- услуги питания;

- услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий;

- услуги по организации потребления и обслуживания;

- услуги по реализации кулинарной продукции;

- услуги по организации досуга;

- информационно-консультативные услуги;

- прочие услуги.

Услуги питания представляют собой услуги по изготовлению кулинарной продукции и созданию условий для ее реализации и потребления в соответствии с типом и классом предприятия.

Услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий - изготовление данной продукции по заказам потребителей, в том числе, в сложном и дополнительном оформлении; изготовление блюд из сырья заказчика; услугу повара, кондитера по изготовлению блюд, кулинарных и кондитерских изделий на дому.

Услуги по организации потребления продукции и обслуживания – услуги по организации и обслуживанию торжеств, свадеб, юбилеев, ритуальных мероприятий, конференций, семинаров, совещаний, культурно-массовых мероприятий в зонах отдыха и т.д.; услугу официанта (бармена) по обслуживанию на дому; доставку кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей, в том числе, в банкетном исполнении.

К этому же виду услуг относится бронирование мест в зале, продажу талонов и абонементов на обслуживание скомплектованными рационами.

Услуги по реализации кулинарной продукции - реализация кулинарной продукции и кондитерских изделий через магазины и отделы кулинарии; реализация вне предприятия; отпуск обедов на дом;

Услуги по организации досуга - организация музыкального обслуживания, организация проведения концертов, программ варьете и видеопрограмм, предоставление газет, журналов, настольных игр, игровых автоматов, бильярда.

Информационно-консультативные услуги - консультации специалистов по изготовлению, оформлению кулинарной продукции и кондитерских изделий и сервировке стола; а в диетических столовых - консультации диетсестры по видам диет и их применению. В этот вид услуг входит организация обучения кулинарному мастерству.

Прочие услуги включают в себя прокат столового белья, посуды, приборов, инвентаря;

упаковку блюд и изделий, оставшихся после обслуживания. Кроме того, возможны услуги по предоставлению связи, вызову такси, хранению личных вещей, услуги по парковке личных машин на стоянке предприятия.

В зависимости от типа, класса и специфики предприятия перечень услуг может быть значительно расширен.

1.3 Методы и формы обслуживания

ГОСТ Р 50674-94 "Общественное питание. Термины и определения", утвержден и введен в действие с 01.07.94 постановлением Госстандарта РФ от 21.02.94 N 35.

Метод обслуживания потребителей – способ реализации потребителем продукции общественного питания. На предприятиях общественного питания применяются такие методы обслуживания, как самообслуживание, обслуживание официантами и барменами, и комбинированный метод.

1. Самообслуживание применяется в столовых и закусочных. В этом случае потребитель сам получает блюда, доставляет их к столу и убирает за собой использованную посуду. Существует метод частичного самообслуживания, где возможно предварительное накрытие столов.

2. Обслуживание официантами и барменами применяется в барах, ресторанах и кафе. Обслуживание официантами используется на тех предприятиях, где реализуются не только услуги питания, но и организуется отдых потребителя.

3. При комбинированном методе обслуживания сочетаются два метода – самообслуживание и обслуживание официантами. Так кафе может днём работать по методу самообслуживания, а вечером использовать обслуживание официантами.

Форма обслуживания потребителей – организационный приём, который состоит из разновидностей или сочетания методов обслуживания. Формы обслуживания – это, например, «шведский стол» или отпуск скомплектованных обедов.

ГОСТ Р 50935-96 "Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу" Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 21 августа 1996 г. N 524.

К обслуживающему персоналу предприятия относятся: метрдотель (администратор зала), официант, бармен, повар, буфетчик, кассир, гардеробщик, швейцар, продавец в магазине кулинарии.

Обслуживающий персонал предприятий всех типов и классов не зависимо от форм собственности должен проходить инструктаж с целью ознакомления с правилами внутреннего распорядка и организацией работы предприятия.

Функции, обязанности, права и ответственность обслуживающего персонала должны быть изложены в их должностных инструкциях и утверждены руководителем предприятия.

Должностные инструкции обслуживающего персонала разрабатывает администрация предприятия, исходя из требования настоящего стандарта, тарифно-квалификационного справочника работ и профессий с учетом особенностей работы каждого предприятия и требований действующего законодательства.

Руководитель предприятия должен систематически совершенствовать знания, квалификацию и профессиональное мастерство персонала на основе его теоретической подготовки и практической деятельности.

Обслуживающий персонал должен обеспечить безопасность жизни и здоровья потребителей, а также сохранность их имущества при обслуживании на предприятии. Весь персонал должен пройти подготовку по безопасным методам работы.

К обслуживающему персоналу предприятия всех типов и классов предъявляют следующие требования:

* Знание и соблюдение должностных инструкций и правил внутреннего распорядка предприятия;
* Соблюдение требований санитарии, правил личной гигиены и гигиены рабочего места;
* Знание и соблюдение мер пожарной безопасности, правил охраны труда и техники безопасности;
* Обладание общей культурой, соблюдение профессиональной этики в процессе обслуживания потребителей;
* Знание требований нормативных документов на продукцию и услуги общественного питания;
* Повышение квалификации всех категорий работников (не реже одного раза в 5 лет. кроме гардеробщика и швейцара).

Обслуживающий персонал предприятия должен быть одет в форменную или санитарную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца, находящуюся в хорошем состоянии без видимых повреждений и загрязнений.

Работники предприятия на форменной одежде должны носить служебный значок с эмблемой предприятия и указанием должности и профессии.

Профессиональными этическими нормами поведения персонала являются: вежливость, тактичность, внимательность и предупредительность в отношениях с потребителями в пределах своих должностных обязанностей. Персонал должен уметь создать на предприятии атмосферу гостеприимства, в отношении потребителей проявлять доброжелательность и терпение, быть выдержанным, обладать способностью избегать конфликтных ситуаций.

1.4 Состав торговых помещений, их характеристика

Состав помещений предприятий общественного питания и требования к ним определяются соответствующими СНиП. Различают пять основных групп помещений:

• складская группа - предназначена для кратковременного хранения сырья и продуктов в охлаждаемых камерах и неохлаждаемых кладовых с соответствующими режимами хранения;

• производственная группа - предназначена для переработки продуктов, сырья (полуфабрикатов) и выпуска готовой продукции. В состав производственной группы входят основные (заготовочные и доготовочные) цехи, специализированные (кондитерский, кулинарный и др.) и вспомогательные (моечные, хлеборезка);

• торговая группа - предназначена для реализации готовой продукции и организации ее потребления (торговые залы с раздаточными и буфетами, магазины кулинарии, вестибюль с гардеробом и санузлами и др.);

• административно-бытовая группа - предназначена для создания нормальных условий труда и отдыха работников предприятия (кабинет директора, бухгалтерия, гардероб персонала с душами и санузлами и др.);

• группа технических помещений - предназначена для обеспечения необходимых условий производства (машинное отделение холодильных камер, тепловой пункт, электрощитовая, вентиляционные камеры).

Все группы помещений должны размещаться по ходу технологического процесса: вначале складские, производственные, затем торговые, с ними должны быть удобно взаимосвязаны административно-бытовые и технические помещения;

Взаимное расположение основных групп помещений должно обеспечить кратчайшие связи между ними без пересечения потоков посетителей и обслуживающего персонала, чистой и использованной посуды, полуфабрикатов, сырья и отходов.

Залы предприятий общественного питания - основные помещения, где обслуживают потребителей. Восприятие и оценка потребителями всех элементов среды зала происходит с позиций удобства и красоты. Общее впечатление и оценка среды зала получают отражение в понятии «комфортные условия». Архитектурными и декоративными элементами, уютной и располагающей к отдыху обстановкой зала ресторан должен создавать психологическое воздействие на потребителя. Все внутреннее убранство зала должно вызывать у посетителя желание вновь побывать здесь.

Оснащение торговых и банкетных залов.

Для оборудования торгового и банкетного залов используется специальная мебель: столы обычные, банкетные и фуршетные, кресла, стулья, подсобные столы для официантов, в которых размещают запас столового белья и приборов для работы, серванты, передвижные сервировочные столики, холодильные шкафы для охлаждения пива и воды.

1.5 Эстетичность интерьера

Рестораны и бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса, от класса зависят требования к интерьеру зала:

• «люкс» - изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг;

• «высший класс» - оригинальность интерьера, использование оригинальных декоративных элементов (светильников, драпировок и др.), комфортность;

• «первый класс» - гармоничность интерьера, комфортность.

В интерьере кафе используют декоративные элементы, создающие единство стиля. 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 интерьеров должно быть органически связано оформление технологического, торгового и холодильного оборудования в 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.

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

В оформлении залов широко применяют синтетические отделочные материалы, ценные породы дерева, металл. В конструкции залов используют декоративные подвесные потолки и стены из звукопоглощающих материалов, способствующих снижению шума в зале. Для покрытия пола на предприятиях общественного питания используют полимерные материалы, паркет, ковровый материал на синтетической основе. Функциональным элементом в интерьере предприятий являются мебель, а также различные решетки, экраны, которые закрывают приборы отопления, вентиляции, производственные входы и др. В интерьере зала ресторана (бара, кафе) имеет значение танцевальная площадка, эстрада. В ресторане норма площади для эстрады и танцевальной площадки составляет 0,15 м2 на одно место. Глубина эстрады - от 3 до 8 м.

Разработаны следующие требования к компоновке помещений: Свет в интерьере зала. Свет обладает большим психологическим воздействием.

Он способен «сделать» зал просторнее, более уютным, может способствовать шумному оживлению в зале или настраивать на тихую беседу. Освещение может быть общим, местным и смешанным. При общем освещении светильники располагают под потолком, при этом они равномерно освещают весь зал. В залах с высокими потолками обычно вешают красивые люстры, при низких потолках используют изящные плафоны. К местному освещению относит 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 предусматривает одновременное использование двух систем освещения. Залы предприятий должны иметь и естественное освещение. Коэффициент освещенности должен быть не менее 1:6.

Цвет в интерьере. В композиции интерьера залов участвует и цвет. От удачно выбранного цветового решения зала в основном зависит эмоциональный настрой потребителей. На выборе цветовой гаммы зала чаше всего сказывается ориентация на стороны та. 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.

1.6 Методы и средства создания фирменного стиля

Фирменный стиль - это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство по всем изделиям фирмы и мероприятиям; улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, партнерами, независимыми наблюдателями не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности; а также позволяют противопоставлять свои товары и деятельность товарам и деятельности конкурентов.

Первое впечатление о ресторане складывается от того, каким будет внешний вид официантов. Форменная одежда метрдотеля, официантов и бармена — неотъемлемая часть имиджа фешенебельного ресторана, поэтому к ней предъявляются высокие требования. Основные требования к внешнему виду официанта: опрятность, подтянутость, изящество движений. Важную роль в облике официанта играет аккуратная, хорошо сшитая и отглаженная одежда, которая должна быть не только красивой, но и удобной. Обувь должна быть нетесной, на низком, устойчивом каблуке.

В каждом ресторане форма одежды должна быть единого образца. При этом одежда метрдотеля отличается каким-либо элементом от формы официанта.

На каждый сезон года в ресторанах определяются виды тканей для форменной одежды обслуживающего персонала.

В ресторанах с национальной кухней допускается ношение метрдотелем и официантами форменной одежды с учетом национальных традиций.

При оформлении торжества «Серебряная свадьба» можно украсить: входную дверь, путь к банкетному залу, вход в зал и само помещение, где будет проходить праздник.

Украшают воздушными шарами и цветами. Но можно предложить и другие материалы: тканевый декор, конфетти, цветной серпантин, фольгированная бумага, гирлянды из лампочек, цветной тюль, яркие ленты. На стены вешают свадебные плакаты. Добрая карикатура на замужних будет очень уместна. На плакатах ещё можно нарисовать символы свадьбы, брака – переплетенные кольца, лебеди, сердца, бокалы шампанского. Конечно, рисунки нужно сделать очень яркими и веселыми. На плакате отлично будет смотреться подборка фотографий типа пионерской стенгазеты, - можно рассказать снимками историю любви замужней пары. Фотографиями выложить генеалогическое древо. А можно показать, какими они были в детстве, как они росли и т.д. В основном должны преобладать серо-серебряные тона.

1.7 Разработка меню, карт вин и коктейлей

Меню представляет собой перечень всевозможных блюд, закусок, кулинарных изделий и напитков, предлагаемых посетителям на данный день. Меню составляют с учетом ассортиментного минимума и программы рабоыт предприятия. Каждое предприятие самостоятельно определяет ассортиментный минимум соответствия со специализацией, имеющимся сырьём, сезоном года. В ресторанах, кафе и барах в меню указываются наименования блюд, закусок и другой продукции и цены.

Виды меню:

Меню со свободным выбором блюд применяется на предприятиях различных типов. Блюда в меню указываются по группам, и посетители выбирают их по своему желанию.

Меню заказных блюд представляет собой разновидность меню со свободным выбором блюд и закусок. Этот вид меню используется в ресторанах и кафе класса люкс и высшего.

Меню дневного рациона может быть трёх- или четырёхразовым при введении второго завтрака и полдника. В зависимости от возрастных, национальных особенностей контингента посетителей калорийность меню дневного рациона колеблется от 2000 до 5000 ккал.

Меню комплексных обедов представляет собой набор из трёх или четырёх блюд, подобранных с учетом физиологических норм питания, чередующиеся по дням недели. Стоимость обедов, как правило, бывает постоянной, что позволяет обслуживать посетителей по абонементам. Меню составляется на 12 дней.

Меню банкетов отличается от других видов меню тем, что при его составлении активное участие принимает заказчик. Так же учитывается время дня для проведения банкета: банкет может быть завтраком, обеда, удином. Исходя из вида банкета меню может быть для банкета за столом с полным обслуживанием официантами или с частичным обслуживанием официантами, для банкета – фуршета, коктейля, чая, а также для тематических банкетов.

Меню для специальных видов обслуживания – встреча Нового года, праздников «Русская зима», Масленица, свадьба и т.д.

Меню кафе отличается от меню ресторанов как по содержанию блюд и напитков, так и по их расположению.

Карта вин – документ, содержащий перечнь алкогольных напитков и других сопутствующих товаров и цены на них для посетителей. Основным ассортиментом карты вин является перечень алкогольных и прохладительных напитков, пива, табачных и покупных кондитерских изделий (шоколад, конфеты и др.)

В карте вин алкогольные напитки перечисляются в том порядке, в каком они обычно употребляются во время трапезы:

Аперитивы (ароматизированные, вина и настойки);

Крепкие алкогольные напитки (водка, виски, текила, джин, ром);

Вина стран производителей;

Шампанское;

Игристые вина;

Коньяки;

Арманьяки;

Ликёры;

Пиво;

Безалкогольные напитки (вода, соки);

Горячие напитки (кофе, чай);

Кондитерские изделия;

Табачные изделия (сигареты, сигариллы, сигары).

2. Практическая часть

2.1 Характеристика предприятия. Ресторан «Русский Дом»

Ресторан «Русский Дом» - характеризуется высоким уровнем комфортности за счёт оборудования и удобной мебели, высоким качеством обслуживания посетителей и разнообразием кулинарных, кондитерских изделий, блюд и напитков. Посетителей обслуживают метрдотели, официанты и бармены.

Атмосфера, создаваемая рестораном, оказывает немедленное воздействие на посетителя и на сознательном, и на подсознательном уровнях. Осознаваемый эффект влияет на сам процесс выбора ресторана. Подсознательный эффект создаётся более тонкими средствами: освещением, тоном мебели и цветом скатертей, музыкой.

В ресторане высокий уровень обслуживания сочетается с организацией отдыха. Посетителям предоставляют завтраки, обеды, ужины.

Оформление помещений выполнено в едином стиле. Единство стиля в интерьере достигается соотношением объёмно-пространственного решения, цветовой композиции, приёмов освещения и декоративных элементов. Основные принципы создания интерьера - комплектность и «фирменность» в оформлении. Применяемые для отделки такие материалы, как поролон, войлочное покрытие, дерево - создают ощущение домашнего уюта.

Оформлен залы в оранжево-желтой цветовой гамме, т. к. ресторан обращен к северной стороне. Интерьер ресторана размещен на рекламных проспектах.

На предприятии имеется три торговых зала.

По характеру организации производства ресторан относится к предприятиям с полным технологическим процессом, то есть обработку продуктов начинают с приёма и хранения сырья и заканчивают реализацией готовой продукции. Для этого в ресторане имеются соответствующие цеха: овощной, мясной, рыбный, горячий, холодный.

Ресторан расположен в центре города, встроенное в жилое помещение. Главный вход расположен на улице Советская. Здание является собственностью ООО «Пинта».

Ресторан предоставляет дополнительные услуги по упаковке блюд и изделий, оставшихся после обслуживания, по предоставлению связи, вызову такси и хранению личных вещей.

В ресторане «Русский Дом» оплата полученной продукции производится как по наличному, так и по безналичному расчету, а для постоянных клиентов предусмотрены скидки.

2.2 Техническое оснащение предприятий общественного питания для оказания услуг

Ресторан оснащен одиннадцатью двухместными, девятью четырехместными, семью шестиместными выполненные из массива красного дерева.

В ресторане используется фарфоровая посуда с эмблемой ресторана в виде буквы «РД». Фужеры, бокалы и рюмки выполнены из хрусталя. Приборы выполнены из нержавеющей стали с выгравированным символом ресторана.

Ресторан рассчитан на 100 посадочных мест.

Для выполнения конкретного заказа предприятие оснащено большими ёмкостями, необходимое качество сервированных тележек, подносов, посуды и приборов.

Расчет площади торговых помещений:

S=P\*d

где S – площадь помещения;

P - количество мест в зале;

d – норма площади на одно место в зале.

P: Мест в зале – 100

d: Норма площади на одно место в зале – 2 м2

100\*2=200 м2 (площадь помещения)

2.3 Разработка программ обслуживания

В процессе управления фирменным стилем задействованы механизмы планирования, которое начинается с отбора членов команды. Люди, отвечающие за реализацию эстетического проекта должны следовать определенным процедурам и нормам. В процессе разработки элементов фирменного стиля принимают участие специалисты по архитектурному, графическому дизайну, дизайну интерьеров и веб-сайтов, рекламные агентства, агентства по связям с общественностью и эксперты и области фирменного стиля.

Концертная программа оркестра для банкета «Серебряная свадьба» должна быть тщательно продумана. Так, в начале банкета рекомендуется исполнять эстрадные концертные произведения. Позднее можно познакомить слушателей с новыми эстрадными отечественными и зарубежными песнями в исполнении солиста. Во второй половине вечера рекомендуется исполнять в основном танцевальную музыку, чередуя подвижные ритмичные мелодии с более спокойными, плавными.

Предварительно зал украшается воздушными шарами, гирляндами, на столах устанавливаются вазы с живыми цветами. Поскольку тематика праздника «Серебряная свадьба», то в предметах украшения должны преобладать серебряные тона. Затем выполняется предварительная сервировка стола в зависимости от количества гостей, на столе у виновников торжества могут лежать серебряные приборы.

Меню для специальных видов обслуживания составляется заранее – за 10-12 дней до торжества в соответствии с пожеланиями заказчика. Меню для специальных видов обслуживания характеризуется обилием разнообразных холодных закусок. Из горячих блюд обычно включают два-три: рыбное, мясное, из птицы; на десерт – фрукты, напитки, и вина, а также свадебный торт, который по обычаю в заключение банкета молодая хозяйка разрезает и предлагает гостям.

Форма свадебного торта может быть самой разнообразной – его делают трехслойным, ярусным, круглым и квадратным, с именами «новобрачных». Делают торт в виде подковы с надписью, а также в виде сердца.

Закуски предусматриваются в меню в размере ¼ и ½ порции, горячие блюда – в размере полной порции. Блюда и закуски в меню располагаются в традиционном, давно сложившемся порядке. Вначале в него включают холодные закуски – рыбные, мясные, овощные, затем – горячие. Вслед за этим указывают первые блюда, причем сначала бульоны, затем заправочные, наконец, пюреобразные супы из овощей, курицы.

За первыми блюдами в меню должны быть указаны вторые горячие – вначале рыбные, затем мясные. Здесь тоже соблюдается определенная последовательность в зависимости от технологии изготовления и порядка подачи блюд. В начале в меню вписывают рыбные отварные блюда, блюда в соусе, жареные, запеченные и т.д.

Из мясных в меню в начале вписывают натуральные блюда из мяса (бифштекс), затем блюда в соусе (бефстроганов) и, наконец, блюда из птицы и дичи (цыплята, тетерка).

Заканчивается перечень вторых блюд, включаемых в меню, блюдами, приготовленными из овощей, яиц, молочных продуктов, мучными.

За вторыми, в соответствии с порядком подачи, следуют сладкие блюда.

Кондитерские изделия – торты, а также фрукты указывают после горячих напитков.

2.4 Этапы организации обслуживания

Подготовка зала к обслуживанию состоит из уборки зала, расстановки мебели, получения и подготовки столового белья, столовой посуды и приборов, сервировка столов и личной подготовки официантов к работе.

Встречает гостей метрдотель, помогает им раздеваться и сдавать одежду в гардероб, провожает их в аванзал и предлагает аперитивы.

Столы накрываются белыми скатертями. Официанты должны рассчитывать размеры скатертей по габаритным размерам столов. Края скатерти должны быть спущены на 25-35 см от края столешницы. При посетителях замена скатерти происходит, не обнажая стола. При сервировке столов используются полотняные салфетки, сложенные формой тюльпан, веер или свеча.

На столах размещаются вазы с цветами. Перед тарелками размещаются карточки с именами приглашенных, для более удобного и быстрого их размещения.

Для банкетного стола порядок расположения посуды, бокалов, фужеров, рюмок и приборов находится в полной зависимости от меню, порядка и очередности подачи закусок, блюд, вин. Банкетный стол вначале сервируют мелкими столовыми тарелками, которые служат в качестве подставки под тарелки закусочные или глубокие. Места, предназначенные для почетных гостей, сервируют несколько иначе: тарелки здесь расставляют с гораздо большим интервалом одна от другой, чем в других местах;

Расстановка столов

1

2

2

2

2

2

2

3

3

I

II

III

4

4

5

5

5

I-Банкетный зал ресторана;

II-Аванзал для встречи гостей;

III-Подсобное помещение для официантов;

1-Стол для женатых и их близких родственников, всего за столом поместится 4-6 человек; 2-Столы для приглашенных, гости будут размещены, так что бы всем было видно «женатых», за один стол поместится 16 человек; 3-Серванты; 4-Столы для подарков, цветов, бокалов; 5-Низкие диваны.

Список литературы

Козлова А.В. Стандартизация, метрология, сертификация в общественном питнии: Учебник для студ. учреждений сред. проф. Образования. - М.: Издательский центр «Академия»; Мастерство, 2002. - 160с.