**Содержание**

Введение

1. Теоретическая часть
   1. Особенности организации концептуального ресторана
   2. Технология проведения презентации предприятия общественного питания
2. Практическая часть
   1. Характеристика ресторана «Русский дом»
      1. Дизайн ресторана
      2. Меню ресторана (карта вин)
      3. Услуги, предоставляемые рестораном
   2. Техника подготовки ресторана к открытию
   3. План проведения презентации ресторана
   4. Банкет – фуршет по поводу открытия ресторана

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

В настоящее время общественное питание страны, как и другие отрасли народного хозяйства, переживает существенные изменения, связанные с переходом к рыночным отношениям.

Следует отметить, что питание, составляющее одну из форм потребления, наряду с производством, распределением и обращением (обменом) является неотъемлемой частью общественного производства. Удовлетворение личных потребностей населения в пище предусматривает ее производство и организацию потребления, которые возникают и развиваются в тесной взаимосвязи с материальными условиями общества и выступают в индивидуально - или общественно- организованной форме. Во втором случае пища производится и потребляется в массовых размерах на специальных предприятиях: в столовых, кафе, ресторанах.

Общественное питание как подотрасль торговли располагает крупными специализированными предприятиями, использует значительное количество оборудования, сырьевых ресурсов, денежных и других средств, имеет квалифицированные и профессионально подготовленные кадры.

С помощью общественного питания решается ряд социальных проблем. Прежде всего, люди, занятые здесь получают возможность восстановить затраченную ими в процессе работы энергию.

Общественное питание по массовости обслуживания населения уступает только торговле. Ежегодно его услугами пользуются более трети населения станы, доля общественного питания в расходах населения на питание составляет около 10% у горожан и 4-6% в сельской местности.

В развитых странах расходы на общественное питание в 1,5 - 4 раза выше, причем повсеместно испытывают тенденции к росту.

Даже самого угрюмого посетителя наверняка подкупит приятное обхождение со стороны сотрудников ресторана. Скорость обслуживания, внимательность и предупредительность со стороны профессионального персонала ресторана в привлечении клиентов способны гарантировать массовое посещение даже в первое время после открытия. А приятная атмосфера уюта и комфорта невольно вызовут у пришедших впервые желание вторично посетить ресторан, сделать его своим постоянным местом проведения важных деловых встреч или приятных романтических свиданий, вечерних посиделок с друзьями или тихих обедов с семьей.

Наличие культурно-развлекательной программы, сопровождающей пребывание посетителей в ресторане, всегда наделяло эти заведения особым шармом. Живая музыка, караоке, танцевальное шоу, вечера в стиле ретро, празднования памятных дат, организация мероприятий по желанию заказчика и многие другие виды развлечений сделают ресторан не только местом употребления изысканной пищи, но и приятным центром досуга посетителей.

В связи с вышеперечисленным особую актуальность приобретает организация обслуживания клиентов предприятий общественного питания, как определить и поставить правильную стратегию развития ресторана, маркетинговую, ценовую, кадровую политику и так далее, чтобы успешно справляться с конкуренцией и избегать продажи заведения.

Целью работы является исследование способа организации ресторанного бизнеса с точки зрения теоретических и практических аспектов.

1. **Теоретическая часть**
   1. **Особенности организации концептуального ресторана**

Ресторан как подразделение общественного питания обслуживает гостей согласно меню, которое является основой любой ресторанной концепции, независимо, к какому типу данное предприятие питания относится. Большую роль при этом играет профессионализм метрдотелей и официантов, находящихся в непосредственном контакте с клиентами.

**Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым здесь является предоставление таких услуг, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания клиентов.**

**Ожидания клиентов формируются на основе уже имеющегося у них опыта, а также информации, получаемой по прямым (личным) или по массовым (неличным) каналам маркетинговых коммуникаций. Исходя из этого, потребители выбирают ресторан и после его посещения сравнивают свое представление о полученной услуге со своими ожиданиями.**

**Покупатель всегда стремится к определенному им соответствию цены услуги и ее качества. Интересно заметить, что, как правило, покупатель услуги реже жалуется на ее высокую цену, чем покупатель физического товара. Если он считает цену завышенной, то просто уходит без покупки. Неудовлетворенность услугой ведет, как правило, к большим потерям в доле рынка. Именно поэтому производитель услуг должен как можно точнее выявлять потребности и ожидания своих клиентов. К сожалению, о качестве услуги труднее судить и еще труднее его определить.**

Очень часто восприятие услуги происходит через представление о приемлемых сроках ее исполнения. В данном случае для клиента временные рамки оказываются важнее цены и даже репутации производителя услуг. При этом восприятие сроков обслуживания оказывается более сложным, нежели упрощенная оценка роли фактора времени. С одной стороны, клиенты очень чувствительны к ситуациям, в которых им приходится подолгу ожидать исполнения услуги. Таким образом, у них складывается предвзятое отношение **к ее качеству. С другой стороны, неоправданное в глазах клиента сокращение времени обслуживания может далеко не всегда восприниматься ими как благо. Плохо, когда персонал ресторана не торопится предложить свои услуги, но еще хуже воспринимается ситуация, когда он излишне напорист.**

**Учитывая, что воспринимаемое клиентом качество услуги всегда имеет важнейшее значение, руководителям необходимо стремиться к введению количественных параметров (показателей), помогающих оценивать процесс обслуживания и влиять на него.**

**Поскольку нужды потребителей возникают в зависимости от обстоятельств, то для большей эффективности стратегия обслуживания также должна быть обусловленной. Например, если удобства, цена и чистота, быстрое обслуживание являются приоритетными для посетителя ресторана, наиболее правильным для компании будет направить свои ограниченные ресурсы на удовлетворение именно этих приоритетных нужд, чем расходовать средства на создание игровой площадки перед зданием. Они предложили четыре классификатора для определения важности элементов обслуживания исходя из восприятия потребителей.**[[1]](#footnote-1)

**Критические элементы обычно формируют наименьшую нейтральную зону. Это главные факторы, которые оказывают непосредственное воздействие на потребителя. Они должны быть удовлетворены в первую очередь, поскольку основаны на минимуме стандартов, приемлемых для потребителей. Если компании хотят выжить в бурном море конкуренции, они должны сделать все, чтобы предложить именно эти элементы обслуживания. Критическими эти элементы называются потому, что они вызывают либо положительную, либо отрицательную реакцию в зависимости от того, достигнуты эти минимальные стандарты или нет. Компании, предоставляющей обслуживание, может быть прощено игнорирование этих стандартов лишь в критических ситуациях.**

**Нейтральные элементы, наоборот, создают максимально нейтральную зону и не оказывают воздействия на опыт. Это цвет униформы персонала, палитра красок, в которых выполнен интерьер здания, расположение автомобильной стоянки и тому подобное. Коль скоро эти элементы имеют довольно слабое влияние на степень удовлетворения потребителей, на них не стоит затрачивать значительных управленческих усилий.**

**Приносящие удовлетворение элементы могут вызвать благодарную реакцию, если ожидания предвосхищены, но никакой реакции не последует, если ожидания удовлетворены, или, наоборот, не удовлетворены. Примером может служить бессчётные напитки, предоставляемые гостям во время банкетов от имени директора, цветы, преподносимые администрацией дамам в ресторанах и тому подобное. Очевидно, что подобные «пустячки» позволяют предприятию быть заметным на общем фоне обслуживающих организаций. Кто будет возражать против бесплатного угощения или бесплатного цветка? Никто. Точно так же очень немногие будут жаловаться, что они не удовлетворены уровнем обслуживания, поскольку за это специально не доплачивали. Эти элементы не доставляют неприятностей, если потребитель их не получает, и, наоборот, приносят удовлетворение, если клиент вдруг обнаруживает их.**

**Приносящие разочарование элементы, если они не выполнены правильно, в большинстве случаев вызывают отрицательную реакцию. В то же время никакой реакции не последует, если все делать правильно. Здесь и неудачно выбранная или организованная стоянка для машин, заставляющая гостей далеко идти, отказ от принятия оплаты по наиболее распространенным кредитным карточкам, недружелюбие персонала, грязные пепельницы и тому подобное. Следует иметь в виду, что выполнение этих элементов обязательно, но в то же время повышение качества этих элементов обслуживания вряд ли может привести к повышению уровня удовлетворенности.**[[2]](#footnote-2)

**Большинству превосходно управляемых компаний свойственны общие черты в отношении качества предоставляемых услуг:**

**1. Наличие стратегических концепций. Для достижения целей в области качества услуг необходима система их эффективного управления. Следует четко определить общую и конкретную ответственность и полномочия всего персонала, чья деятельность оказывает влияние на качество услуги. Сюда же относится обеспечение эффективных отношений между потребителем и поставщиком во всех случаях их непосредственного взаимодействия.**

**2. Постоянное внимание высшего руководства фирмы к качеству. Исходя из положений международного стандарта, высшее руководство сервисной организации принимает на себя ответственность за политику качества, касающуюся:**

* **уровня качества сервисных продуктов;**
* **благоприятного образа сервисной организации и ее репутации в области качества;**
* **целей обеспечения качества сервисных продуктов;**
* **подхода для достижения целей в области качества;**
* **роли персонала компании, ответственного за реализацию политики в области качества.**

**Руководство должно опубликовать политику в области качества, обеспечить понятность, осуществимость и поддерживаемость в рабочем состоянии. В компании Макдональдс регулярно определяются результаты деятельности каждой торговой точки по параметрам OSCV, а именно: качество (quality), обслуживание (service), чистота (cleanliness), ценность (value). Предпринимательским структурам, претендовавшим на право использования имени МакДональдс, но не сумевшим соответствовать названным критериям, было в этом праве отказано.**

**3. Установка высоких стандартов. Первоочередные задачи и этой области включают:**

* **последовательную удовлетворенность клиента с точки зрения профессиональных стандартов и этики;**
* **непрерывное повышение качества услуги;**
* **учет требований общества и защиты окружающей среды;**
* **эффективность в предоставлении услуги. Важнейшим вопросом является переведение данных задач в практическую плоскость, а именно:**
* **четкое определение потребностей клиента и соответствующих мер в области качества;**
* **предупреждающее действие и управление с целью избежания неудовлетворенности клиента;**
* **оптимизация затрат, связанных с качеством, с целью достижения требуемого исполнения услуги и уровня качества;**
* **непрерывный анализ требований, предъявляемых к услуге, и достижений, чтобы определить возможности по повышению качества услуги.**

Поэтому особую актуальность приобретает внутренний аудит качества, который следует проводить регулярно для проверки применения и эффективности системы качества, а также соблюдения спецификации услуги, спецификации предоставления услуги и спецификации управления качеством.

Хорошо управляемая сервисная компания старается быстро и щедро отреагировать на жалобу клиента. Ресторан в Сиэттле установил, например, следующие правила: «Когда посетителям приходится ждать более десяти минут сверх запланированного времени, но менее двадцати минут, мы предлагаем бесплатные напитки. Если им приходится ждать более двадцати минут, сделанный ими заказ выполняется бесплатно».[[3]](#footnote-3)

Поподробнее рассмотрим ситуацию ресторанного сегмента рынка в России. В 2003-2004 гг. московский ресторатор Аркадий Новиков придумал и ввел такое понятие, как ресторан+кафе, то есть «придумал» новую стратегию (для России она, может, и была новой). Сначала в Vogue Cafe, а затем в «Галерее», «Весне», Cafe Roset и «Аисте» г-н Новиков скрестил демократичное кафе и классический ресторан. Не будет преувеличением сказать, что Vogue Cafe произвело революцию в сознании гостей: люди стали не только ужинать в дорогих ресторанах, но и приходить на обед, полдник и завтрак. Ключевые составляющие этой концепции чрезвычайно просты:

1. **Зонирование.** Зон, как минимум, должно быть две. Кафе, предназначенное для общения за чашкой кофе, и ресторан с традиционной посадкой и полным меню.
2. **Разнокалиберная мебель.** В кафе это низкие кресла и диваны с разной обивкой, стулья с мягкими спинками, низкие журнальные столики и классические столы. В ресторанной зоне столы, как правило, покрыты текстилем, кое-где полная сервировка, но при этом на паре столов могут небрежно стоять лишь бокалы, а скатерти заменяют тканевые подстилки под тарелки.
3. **Домашние предметы интерьера.** В Vogue Cafe домашний уют создают многочисленные фотографии на стенах.
4. **Демократичное обслуживание.** В ресторанах Аркадия Новикова официанты опускаются перед гостями на корточки, шутят и иногда даже нарочно позволяют себе фривольные замечания.

**Простая и понятная кухня.** Никаких гастрономических изысков в этих ресторанах нет. Как правило, меню скомпоновано из русских домашних блюд, итальянской пасты, модных салатов и блюд с азиатским акцентом.

Следует заметить, что и у нас в Татарстане многие моменты такой концепции приняты на вооружение. Во многих ресторанах и кафе можно увидеть различные фотографии на стенах, а зонирование производится не только на две части. Часто можно увидеть столики и на крышах зданий, например, «Кнопка» в центре.

Если ресторатор хочет, чтобы обслуживание было более качественным, ему следует обратить внимание на два момента: процедуру обслуживания и застольную атмосферу. Существуют различные способы обслуживания клиентов. К счастью, сегодня даже во многих известных во всем мире ресторанах перестали применять сложные формы обслуживания и подают пищу на тарелках (по-американски), что гарантирует нужную температуру блюд и максимально облегчает работу официантов. Все же встречаются клиенты, которые предпочитают традиционные способы подачи блюд - по-французски, по-русски, по-английски, поэтому официанты должны быть знакомы с ними.

Обслуживание по-французски. Это самый сложный и дорогой вид обслуживания, который мало распространен и требует особой подготовки персонала. Официант использует вспомогательный столик, на котором заканчивается приготовление пищи, и определяются порции.

Отметим одну очень оригинальную и редкую деталь: перед подачей блюдо или вино предлагают на пробу гостю или лидеру группы гостей для одобрения.

Обслуживание по-русски. Официант подает на стол блюдо на несколько порций, а гости берут еду сами.

Обслуживание по-английски. Еду подают на одном блюде для всех сидящих за столиком, а официант наполняет тарелки гостей. Этот вид обслуживания также называют «семейным стилем».

Обслуживание по-американски. Благодаря практичности, низким расходам и удобству, этот вид обслуживания стал самым распространенным в мире. Данный вид обслуживания не требует обучения персонала. Заказанную еду раскладывают на порции по тарелкам на кухне. Таким образом, клиенты получают уже готовое блюдо: нужно только любезно его подать.

Самообслуживание. Иногда самообслуживание (шведский стол) неверно называют буфетом. На самом же деле между ними существует разница. При традиционном самообслуживании в зале находится единственный прилавок, на котором по порядку выставлены закуски, первые блюда, вторые блюда из мяса и рыбы, овощи, сыры, десерты. Клиент, проходя вдоль прилавка, может выбрать те блюда, которые ему больше нравятся. Еду накладывает в тарелки сам клиент или это делает официант. Быстрота - одно из самых ценных достоинств самообслуживания. К тому же, клиенты всегда могут видеть блюдо, прежде чем его выбрать.

Обслуживание-буфет. При таком обслуживании блюда выставлены на разных столах (островах). Клиенты могут сами брать пищу. Часто первые блюда и блюда из мяса и рыбы раздает официант.

Каждый ресторан разрабатывает свой стиль. Только хозяин ресторана должен решить, какой вид обслуживания наиболее подходит для его клиентов. Но вне зависимости от стиля обслуживания ресторана, конечно же, стоит придерживаться следующих основных правил:

* Подавать и убирать блюда следует, подходя к клиенту с левой стороны, используя левую руку.
* Разливать напитки и заменять бокалы, подходя к клиенту с правой стороны, используя правую руку.
* При подаче блюда на стол надо держать тарелку так, чтобы четыре пальца находились под тарелкой, а большой палец немного возвышался над ее краем. Никогда не следует прикасаться к внутренней стороне тарелки.
* Столовые приборы следует брать за ручки.
* Бокалы нужно брать за ножки.
* Чтобы наполнить бокалы, никогда не следует их брать в руки.
* Не надо убирать тарелки, пока все гости не закончат трапезу.

Особо важную роль играет застольная атмосфера заведения. Вот как объяснить персоналу, что такое застольная атмосфера, и сделать так, чтобы он мог создавать ее.

При приеме гостя нужно предложить ему меню, принять заказ, уделяя особое внимание, дать ему высказаться, внимательно выслушав. Это самый хороший способ узнать его желания и настроение. Даже если он молчалив и неподвижно сидит за столом, все равно он общается. Надо научиться читать его молчаливые желания. Чтобы угадать требования клиента, поставьте себя на его место![[4]](#footnote-4)

Ресторанный бизнес у нас реально существует всего несколько лет, этого еще не слишком достаточно, чтобы образовалась прослойка истинных гурманов. Придет время, когда гости научатся ценить вкус, станут просвещенными в вопросах еды и не будут сетовать на дороговизну. Это необходимый процесс, он проходил и в Европе, и в Америке.

Шеф-повар долгое время проходил у нас под скучным названием «заведующий производством». Суть, конечно, не в названии, хотя... Как бы то ни было, главный повар есть главный. От него зависит очень многое, если не все. В том числе и моральный климат в коллективе.

Шеф-повар не должен быть молодым, неопытным человеком. Следует выбирать повара, который в состоянии управлять меню, улучшать его.

Необходимо очень четко сформулировать свои требования и перспективы для работника. Никогда не обещайте того, чего не в состоянии выполнить. Во время собеседования с претендентом можно использовать форму, определяющую основные обязанности и ответственность шеф-повара.

Настоящий шеф-повар всегда в центре внимания. От стиля руководства, от способностей и личных качеств шефа зависит моральное состояние работников кухни. Это аксиома, и это не требует доказательства. И, тем не менее, напоминать об этом новому поколению шефов совсем нелишне. Ведь порой новоиспеченным руководителям кухни дела нет до своих коллег.

Без шеф-повара не решается ни один жизненно важный вопрос - что сказать, купить, приготовить, кого направить учиться, кого уволить, как обновить меню или его улучшить.

* 1. **Технология проведения презентации предприятия общественного питания**

Проведение презентации включает этапы:

1. Определение цели (или целей и их приоритетов): привлечение новых клиентов; формирование имиджа в деловой среде; привлечение новых партнеров, - поставщиков, потребителей, инвесторов, рекрутирование новых занятых, улучшение отношений с новой общественностью и/или администрацией.

2. Генерирование идеи (основного замысла) презентации и ее концептуализация; определение места и сроков проведения, состава участников – хозяев и приглашенных; примерного бюджета.

Лучше проводить презентации после обеда – в 15 часов. Длительность – 1,5-2 часа. После окончания коктейль или фуршет продолжительностью 1-2 часа. Приглашенным, обычно рассылаются специальные приглашения с информацией, позволяющей гостю оценить целесообразность своего присутствия. В приглашении следует указать место, время (от и до) проведения презентации, программу, состав участников и гостей, а также ориентиры и способы достижения места проведения (станции метро, транспорт).

3. Разработка сценария (программы). Открывает и ведет программу должностное лицо фирмы, представляющее ее собственной персоной. Это может быть руководитель службы PR, или службы маркетинга. Ведущий должен уметь хорошо говорить, иметь хорошую дикцию и уметь вести себя публично.

Возможный сценарий может строится по следующей схеме:

1. ведущий представляет руководителей фирмы присутствующим, и наоборот, - присутствующих отдельных наиболее интересных лиц всем остальным;
2. показывается видеофильм длительностью 7-12 минут с сюжетами, отражающими инновационность, общественную значимость, актуальность, оригинальность, творческую / технологическую / научную / художественную новизну объекта презентации;
3. ведущий просит представителей фирмы сделать краткие сообщения (по 2-5 минут) по вопросам, потенциально интересным для присутствующих, раскрыть перечень услуг фирмы, - если не в реальном воплощении, то в макете, на диапозитивах / пленках с помощью проектора, другой демонстрационный материал;
4. представители компании-хозяйки отвечают на вопросы присутствующих;
5. слово предоставляется гостям для выступления с замечаниями, комментариями, пожеланиями и поздравлениями;
6. приглашенным вручаются подарки, сувениры, рекламные листки, памятки, значки;
7. коктейль / банкет / фуршет а также развлекательная, менее формальная часть, предоставляющая приглашенным возможность установления контактов с представителями компании-хозяйки и друг с другом, неформального обмена информацией. Установление таких контактов для многих участников может быть одной из основных целей посещения презентации. Это следует использовать и организаторам: пригласив интересных персон, можно рассчитывать на приход ряда других нужных компании людей. Наиболее широкие возможности для контактов обеспечивает проведение приема «стоя», когда участники могут свободно перемещаться и общаться друг с другом. Прием с рассадкой ограничивает контакты участника соседом справа и слева на длительный период, что препятствует широкому и свободному общению участников.
8. **Практическая часть**
   1. **Характеристика ресторана «Русский Дом»**

Ресторан «Русский Дом» – предприятие общественного питания, отличающееся наилучшим оснащением, сервировкой, интерьером и высококвалифицированным уровнем обслуживания посетителей. Наш ресторан относится к классу «Люкс» отличающийся изысканным интерьером, высоким уровнем комфортности, широким ассортиментом фирменных и заказных блюд сложного приготовления и разнообразием коктейлей. При входе в ресторан Вас встретит красочная вывеска и вежливый швейцар. Интерьер ресторана выполнен в стиле «Ампир» 19-го века Русского вида. У Нас преобладает много белого и тепло-розового цвета, что придает теплоту и уют обстановке. Стены расписаны живописцами под цветущий сад с преобладанием одноименного цветка. По всему залу развешаны картины и гобелены - это придает торжественность, а расставленные вазоны с цветами придают живость и свежесть обстановки. Пол выполнен мастерами в виде фрески из разных пород древесины. В центре Вы увидите великолепный фонтан с экзотическими рыбками и водными лилиями. Освещение в виде маленьких огоньков, разбросанных по всему потолку, регулируется от яркого света - днем, до приглушенного - вечером. В Вашем распоряжении опытный персонал и лучшие повара.

В ресторане «Русский Дом» оплата полученной продукции производится как по наличному, так и по безналичному расчету, а для постоянных клиентов предусмотрены скидки. За обеденную продукцию, отпускаемую по специальному меню, посетители расплачиваются по средствам кассы (с вручением чека официанту).

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

Ресторан «Русский Дом» относится к предприятию с полным циклом производства, то есть с осуществлением обработки сырья, выпуску полуфабрикатов и готовой продукцией, а затем ее реализацией. Меню ресторана представлено в приложении 1.

Здесь посетителей ждет всегда хорошая музыка, а для любителей танцевать имеется специально оборудованная танцплощадка.

Ресторан оснащен девятью двухместными, шестью четырехместными, четырьмя шестиместными и еще двумя столиками в VIP секторах, выполненные из массива красного дерева.

* + 1. **Дизайн ресторана**

Интерьер ресторана создает атмосферу отдыха после царской охоты, когда можно выпить бокал хорошего вина, послушать живую музыку, и, конечно же, спеть любую песню в сопровождении музыкантов или караоке.

Желающим уединится со своей компанией, «Охотничий клуб» может предложить VIP — зал на 15 персон, где находится уютная сигарная комната с камином. Любителям сигар предлагаются кубинские, доминиканские и швейцарские сигары.

Для оформления зала и помещений для потребителей используются изысканные и оригинальные декоративные элементы (светильники, драпировки, картины, лепнина и так далее).

Ресторан ООО «Охотничий клуб» предлагает всё, что необходимо посетителям ресторана:

- великолепный интерьер;

- тихая, спокойная располагающая атмосфера;

- уютный бар с широким ассортиментом спиртных напитков и вкусной домашней кухней;

- постоянным клиентам скидки.

Для создания оптимального микроклимата в ресторане имеется система кондиционирования воздуха.

* + 1. **Меню ресторана (карта вин)**

Хорошо известна истина: процветание ресторана определяют два фактора: на первом месте стоит его кухня, а на втором — карта вин. Составление карты может осуществить только квалифицированный сомелье, который должен быть не только знатоком вин и тонким гастрономом, но и умелым менеджером, владеющим точной информацией о состоянии рынка алкоголя.

В России, как и во всем мире, широко известны имена крупных производителей алкогольных напитков. Во Франции каждому знакомы такие фирмы, как «Энесси», «Шато Ротшильд», «Моэ и Шандон» и др.; в Испании — «Гонсалес», «Биасс», «Рискаль» и «Домек». Большой популярностью в мире пользуются различные сорта виски, джинов, водки. Крупнейшим корпорациям принадлежат европейские виноградники, заводы по изготовлению бутылок, складские помещения, рестораны, гостиницы.

Если на картах вин размещается длинный список вино-водочных изделий, то официантам не придется приходить в отчаяние при мысли, что они вынуждены отказывать клиенту в его выборе. При этом следует исходить из того, что независимо от длины списка предлагаемых вин существуют излюбленные напитки, регулярно заказываемые изо дня в день: виски, водка, ром, джин и др. Многие виды вина приобретаются рестораном оптом по сниженным ценам, но в этом случае возникают проблемы, связанные с их хранением.

Выбор вин в ресторане достаточно широк: около 100 вин и шампанских, в том числе из Италии, Испании, Франции. Каждый клиент должен иметь возможность найти себе по карману нужный напиток.

Список вин начинается с более дорогих, как правило, бургундских. Производимые в Бургундии к югу-востоку от Парижа, они разливаются в бутылки специфической формы. Изготавливаются белые вина из винограда Шардоне. Среди них — Montracher Marquis de Laquiche от дома Drouhim, Meursault от Louis Jabot, Pouilly Vinzelles от Morean. Наиболее дешевые белые вина на карте могут быть представлены другими странами Европы, например Испанией (Marques de Riscal из Риохи).

Выбор красных вин на карте может быть еще более последовательным. Вслед за Monton Rothschild или Grand Cru из региона Saint — Estephe, Chateau Cos d' Estournel могут идти и более дешевые вина.

Бордосские вина, производимые из различных сортов винограда, выращиваемого в провинции Жиронда вокруг портового города Бордо на юге Франции, разливают в высокие угловатые бутылки; они также в обязательном порядке должны быть представлены на карте.

Сила винной карты ресторана «Русский Дом» заключается в ее сбалансированности, что означает простоту выбора вин. К каждому вину необходим комментарий и перевод его названия на русский язык. Дегустационное описание вин и рекомендации по их гастрономическим сочетаниям облегчают работу как сомелье, так и официанта ресторана.

* + 1. **Услуги, предоставляемые рестораном**

Услуги, предоставляемые рестораном сводятся в таблицу 2.1.1.

Таблица 2.1.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код | КЧ | Наименование |
| 12200 | 0 | Услуги общественного питания |
| 122101 | 2 | Услуга питания ресторана |
| 122200 | 8 | Услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий |
| 122201 | 3 | Изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей, в том числе в сложном исполнении и с дополнительным оформлением на предприятиях общественного питания |
| 122300 | 1 | Услуги по организации потребления и обслуживания |
| 122303 | 8 | Организация и обслуживание торжеств, семейных обедов и ритуальных мероприятий |
| 122310 | 6 | Бронирование мест в зале предприятий общественного питания |
| 122313 | 2 | Организация рационального комплексного питания |
| 122501 | 4 | Услуги по организации музыкального обслуживания |
| 122502 | 1 | Организация проведения концертов, программ варьете и видеопрограмм |
| 122600 | 2 | Информационно-консультативные услуги |
| 122601 | 8 | Консультация специалистов по изготовлению, оформлению кулинарной продукции и кондитерских изделий, сервировке столов |
| 122603 | 9 | Организация обучения кулинарному мастерству |
| 122700 | 2 | Прочие услуги общественного питания |
| 122704 | 8 | Гарантированное хранение ценностей потребителей |
| 122705 | 3 | Вызов такси по заказу потребителя (посетителя предприятия общественного питания) |
| 122706 | 9 | Парковка личных автомобилей потребителя на организованную стоянку у предприятия общественного питания |

* 1. **Техника подготовки ресторана к открытию**

Ресторан «Русский Дом» на 100 мест предназначен для реализации широкого ассортимента алкоголя, а также разнообразных блюд и закусок. Предприятие относится к высшему классу, расположено в административной части города.

Посетителей обслуживают бармены, официанты, метрдотели. Применяются разнообразные формы обслуживания: банкеты, шведский стол.

Ресторан имеет 2 этажа, на первом расположены: складские помещения, заготовочные цеха, вестибюль, гардероб для персонала, так же санузлы для персонала, технические помещения. Этажи связаны лестницами, грузовыми подъемниками. На втором этаже расположены: торговый зал, аванзал, буфет, доготовочные цеха, кабинет директора, контора.

Сущность организации производства заключается в создании условий, обеспечивающих правильное ведение технологического процесса приготовления пищи.

Ресторан «Русский Дом» имеет разнообразные цехи, специализирующиеся по видам перерабатываемого сырья и изготовляемой продукции: цех доработки полуфабрикатов, овощной, горячий, холодный, складское, тарное, санитарно-техническое хозяйство.

Цехи подразделяют на: заготовочные (цех доработки полуфабрикатов, овощной); доготовочные (горячий, холодный). В каждом цехе организуют технологическую линию – участок производства, оснащенный необходимым оборудованием для определенного технологического процесса.

В заготовочных цехах ресторана производят механическую обработку мяса, рыбы, птицы, овощей и выработку полуфабрикатов для снабжения ими горячего цеха своего предприятия.

В ресторане «Русский Дом» в основном работают на полуфабрикатах, поэтому обработку мяса, птицы, субпродуктов и рыбы сосредотачивают в одном цехе (цех доработки полуфабрикатов), также как и обработку всех овощей.

В предприятиях общественного питания со свободным выбором блюд исходными значениями для составления производственной программы являются: количество питающихся, коэффициент потребления блюд, примерные нормы потребления отдельных продуктов, примерный ассортимент блюд и процентное соотношение блюд в ассортименте.

Основным этапом планирования является составление плана-меню. План-меню составляется заведующим производством накануне планируемого дня (не позднее 15 час.) и утверждается директором предприятия.

К основным факторам, которые необходимо учитывать при составлении меню. Относятся: примерный ассортимент выпускаемой продукции, рекомендованный для предприятий общественного питания в зависимости от типа и вида предоставляемого рациона, наличия сырья и его сезонность.

* 1. **План проведения презентации ресторана**

Проведение презентации ресторана «Русский Дом» будет проходить совместно с банкетом по поводу открытия ресторана.

Презентация ресторана будет состоять из нескольких частей.

1. Знакомство гостей с рестораном, интерьер, сервис и так далее.
2. Гостям будет показан фильм о создании ресторана.
3. Банкет – фуршет по случаю открытия.

Рекламная деятельность нашего предприятия будет осуществляться выпуском высококачественной продукции и первоклассным обслуживанием, уютной атмосферой в зале с мелодичной музыкой, так же маркированная посуда с логотипом кафе, Визитные карточки, Спички с логотипом, «Русский Дом», дисконтные карточки и организации вечеров для постоянных клиентов.

* 1. **Банкет – фуршет по поводу открытия ресторана**

Банкет с частичным обслуживанием официантами носит неофициальный характер - и является наиболее распространенным. Размещение гостей за столом ресторана «Русский Дом» произвольное, однако для почетных гостей и устроителей банкета места также предусматриваются в центре стола. Если на банкет приглашено много гостей для них устраивают несколько столов, то почетные гости и хозяин садятся за отдельный, центральный, стол. В меню банкета включают широкий ассортимент холодных закусок, солений, напитков. При большом разнообразии закусок предусматривается по порции на каждого участника. Гостям также предлагают горячую закуску, одно-два вторых горячих блюда, десерт, фрукты. Завершается банкет подачей кофе, чая и кондитерских изделии.

Так же как и для банкета за столом с полным обслуживанием официантами, заранее рассчитывают количество посуды и белья. Однако при определении количества блюд, салатников, и другой посуды для холодных закусок и их вместимости исходят не из числа официантов, подающих блюда, как на банкетах с полным обслуживанием, а из численности участников банкета, количества и ассортимента заказанных закусок, размера и количества, банкетных столов.

Для гостей считается удобным, когда блюда, вазы, салатники с одинаковыми закусками повторяются через 6—10 мест. При этом каждый сидящий за столом сам или попросив соседа, может взять с блюда любую закуску. Расстановка столов, покрытие их скатертями, сервировка посудой и приборами в основном такие же, как и при банкете с полным обслуживанием.

При расчете количества официантов исходят из того, что каждый из них выполняет все операции по обслуживанию гостей в закрепленном за ним секторе. Рекомендуется по 9—12 гостей на одного официанта.

При подготовке к обслуживанию сервировка стола предметами индивидуального пользования для такого банкета более простая, чем для банкета с полным обслуживанием официантами.

Для каждого гостя на стол ставят закусочную и пирожковую тарелки, фужер, рюмки, кладут закусочные нож и вилку, один прибор для второго горячего блюда (мясного или рыбного). Десертные приборы можно положить на стол заранее, но, как правило, их подают одновременно с десертом. Стол украшают живыми цветами в вазах; дорожку на скатерти из живых цветов на этих банкетах не делают, так как на стол ставят закуски. Холодные закуски ставят на стол за 30—60 мин до начала обслуживания в зависимости от удаленности зала от раздачи, температуры воздуха в нем.

Метрдотель ресторана «Русский Дом», исходя из количества гостей, закрепленных за каждым официантом, количества столов, ассортимента заказанных блюд и количества порций, заранее определяет и сообщает официантам, в какой посуде, с каким количеством порций следует подавать блюда, общее количество блюд, ваз, салатников и др., которые должны быть поставлены на каждый стол. Для удобства такой расчет метрдотель может положить на свободный стол в банкетном зале.

Посуду с закусками расставляют на столе в определенной последовательности, начиная с закусок в больших блюдах. Расчет в потребностях посуды и приборов приведен в приложении 3. Ближе центру стола расставляют закуски в вазах (на ножке) или в посуде с высокими бортами (салатники). Закуски в низкой посуде небольшой вместимости ставят ближе к предметам сервировки. Закуски могут быть расставлены в один или два ряда в зависимости от ширины стола, количества закусок, размеров посуды. Перед тем как поставить посуду с закусками на стол, тщательно (ручником или салфеткой) протирают ее дно. В каждое блюдо кладут приборы для раскладки. Икорницы, салатники ставят на пирожковые или закусочные тарелки. Закуски расставляют на столе, чередуя их с равными интервалами. Соусы в фарфоровых соусниках ставят на пирожковой тарелке слева от блюда, для которого они предназначены. Соусник ставят ручкой влево, перед ним (на пирожковую тарелку) кладут чайную ложку ручкой вправо, за пирожковой тарелкой — соль, перец, по оси стола — вазы с фруктами и цветами.

По оси стола между блюдами с закусками расставляют равномерно по всему столу бутылки с напитками. Этикетки должны быть обращены к краю стола, чтобы гости могли выбрать желаемый напиток. Перед расстановкой бутылки протирают ручником, проверяют укупорку, чистоту этикеток.

Если на столе недостаточно места, часть бутылок с напитками (также предварительно подготовленных) может быть поставлена на подсобные столики и подана в процессе обслуживания.

Расставив напитки, официанты ресторана «Русский Дом» раскладывают на пирожковые тарелки хлеб; ржаной справа корочкой вправо, пшеничный — слева корочкой влево. Если предусмотрены тосты, кулебяки, расстегаи, то их раскладывают также на пирожковые тарелки, сдвинув хлеб. Завершают подготовку расстановкой кресел (стульев) против каждого прибора. На подсобных столиках в банкетном зале должен находиться резерв посуды из фарфора, стекла и запас приборов. Меню вечера представлено в приложении 2.

Каждый из официантов ресторана «Русский Дом» в отведенном секторе встречает гостей, помогает им сесть за стол. Рассадив гостей, официанты предлагают напитки, находящиеся на банкетном столе или подсобном столике. Затем предлагают закуски в последовательности, предусмотренной в меню. Как правило, начинают подачу с икры и масла или с малосоленой рыбы. Предложив их гостям, официанты ставят блюда снова на банкетный стол, а освободившиеся уносят из зала. Затем гостям предлагают овощи, отварную или заливную рыбу, ассорти рыбное и наливают напитки. После подачи рыбных закусок уносят освободившиеся блюда и бутылки и обязательно заменяют закусочные тарелки и приборы, предварительно спросив у гостя разрешения. Если гость положил на тарелку нож и вилку параллельно или скрестив, то официант может взять тарелку и приборы, не спрашивая разрешения.

Тарелки и приборы заменяют в следующем порядке. На подсобном столике официант кладет на чистую закусочную тарелку нож и вилку. Взяв подготовленную таким образом тарелку в правую руку, он подходит к гостю, слева левой рукой снимает со стола использованную тарелку с приборами, а правой справа ставит подготовленную чистую. После этого гостей обносят мясными закусками. Соленья и маринады гости берут сами. Перед подачей горячих блюд обычно делают перерыв. В это время гости танцуют, курят, беседуют, а официанты подготавливают стол — убирают использованную посуду, бутылки, заменяют тарелки и приборы, добавляют хлеб и т. д. Гости могут и не выходить из-за стола. В этом случае подготовка стола к дальнейшему обслуживанию должна проводиться быстро и без шума,

Со стола не убирают свежие и маринованные овощи, масло, сыр, то есть блюда, которые могут взять при подаче горячего блюда. По желанию заказчика на столе могут быть оставлены и другие закуски, но их следует переложить, чтобы посуда не казалась пустой, а блюда неоформленными.

Перед подачей десерта с разрешения администратора со стола убирают закуски, тарелки, столовые приборы, хлеб, специи, соусы, сметают крошки. На столе оставляют вазы с фруктами, могут быть оставлены вода и фужеры.

Десертные блюда, кофе, чай подают так же, как и на банкете за столом с полным обслуживанием официантами.

**Заключение**

Подводя итоги по работе на примере ресторана «Охотничий клуб», можно сделать выводы о том, что предприятия общественного питания классифицируются по выполняемым функциям, типам, местонахождению предприятия, характеру обслуживаемого контингента, ассортименту выпускаемой продукции, наценочной категории и так далее. В структуре предприятий общественного питания видное место занимают рестораны. Они играют заметную роль в организации отдыха населения. Сюда приходят, чтобы отметить юбилей, важное событие в жизни того или иного коллектива, провести свадебное торжество, деловую или официальную встречу, просто отдохнуть в кругу близких людей. Радушно встретить, быстро и вкусно покормить людей, создать им все условия для полноценного отдыха - такова задача работников ресторанов.

Ресторан ‑ общедоступное предприятие общественного питания, предоставляющий потребителям широкий ассортимент блюд сложного приготовления, в основном по индивидуальным заказам. В ресторане высокий уровень обслуживания сочетается с организацией отдыха посетителей. Рестораны организуют обслуживание съездов, конференций, официальных вечеров, приемов, семейных торжеств, банкетов, проведение тематических вечеров.

Успешная работа ресторана зависит от многих факторов. Как и всякая сложная система, ресторан начинается с замысла его создателя и заканчивается контролем и его функционированием. В своей работе я рассмотрела на мой взгляд самые важные факторы, влияющие на успех в ресторанном бизнесе.

Ресторан - это место интенсивного социального общения, стимулирующее движение адреналина в жилах посетителей, обслуживающего персонала и администрации.

Ресторанный бизнес увлекателен и перспективен: правильный выбор места и кухни, атмосфера и толково организованное обслуживание создают возможность для привлечения рынка и дают хорошую прибыль и инвестиции.

Таким образом, в данной работе было освещено достаточное количество вопросов, позволяющих познать основы управления и открытия рестораном и прийти к выводу, что качественное обслуживание в ресторане повысит эффективность и прибыльность, и будет являться неотъемлемой частью политики предприятия.

**Список использованной литературы**

1. Асеев, В.Г. Мотивация поведения и формирования личности. / В.Г. Асеев. – М.: «Радуга», 2006. – 320 с.
2. Бланк, И.А. Управление торговым предприятием. / И.А. Бланк. - М.: Ассоциация авторов и издателей. Тандем. Изд-во ЭКМОС, 2004. – 361 с.
3. Байлик, С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание. / С.И. Байлик. – Киев: Альтерпресс, 2007. – 412 с.
4. Воронин, В.П. Повышение комфортности торговых услуг. / В.П. Воронин. - Воронеж: Издательство Воронежского ун-та, 2005. – 323 с.
5. Грачев, М.В. Управление ресурсами. / М.В. Грачев. – М.Наука, 2006. – 410 с.
6. Зайцев, Г.Г., Файбушевич, С.И. Управление кадрами на предприятии: персональный менеджмент. / Г.Г. Зайцев, С.И. Файбушевич. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 2002. – 492 с.
7. Каломина, С.Т. Сфера торговли и общественного питания / С.Т. Каломина // Мир рынка. - 2006. - №1. – С.22 – 29.
8. Кардош, Л. Этика в торговли: Сокращ. перевод с венг. (Предислов . Н.В. Кучевской) / Л. Кардош - М.: Экономика, 2005. – 322 с.
9. Кудимова, М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе / М.В. Кудимова // «5 звезд». – 2005. - №6. – С.5 – 11.
10. Никуленкова, Т.Т. Проектирование предприятий общественного питания. / Т.Т. Никуленкова, Ю.И. Лаврененко, Г.Н. Ястина. - М.: «Экономика», 2006. – 436 с.
11. Семыкин, И. Хороший официант - как бриллиант. / И. Семыкин // Вестник культуры. – 2006. - №12. – С.8 – 19.

**Приложение 1**

**Меню ресторана «Русский Дом»**

ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ

|  |  |
| --- | --- |
| Ассорти рыбное (150) | 400 р. |
| осетровые горячего копчения, осетровые холодного копчения, семга слабосоленая |  |
| Осетровые холодного копчения (75/20) | 220 р. |
| подается с ломтиками лимоном, маслинами, зеленью |  |
| Осетровые горячего копчения (75/20) | 220 р. |
| подается с ломтиками лимоном, маслинами, зеленью |  |
| Семужка сл/с (собственного приготовления) (75/20) | 160 р. |
| подается с ломтиками лимоном, маслинами, зеленью |  |
| Заливное из судака (50/100) | 100 р. |
|  |  |
| Селедочка по-русски (75/20) | 90 р. |
| подается с картофелем, лучком и зеленью |  |
| Ассорти мясное (200) | 260 р. |
| буженина, карбонат, колбаса с/к., ветчина |  |
| Язык отварной с хреном (75/20) | 110 р. |
| язык говяжий, хрен, зелень |  |
| Буженина по-деревенски с горчицей (100/20) | 110 р. |
|  |  |
| Заливное из языка (50/100) | 100 р. |
|  |  |
| Сырная тарелка (100/30) | 210 р. |
| "Пармезан", "Чеддер", "Дор Блю", виноград, зелень |  |
| Сырная фантазия на шпажке (80) | 100 р. |
| сыр кубиками с виноградом на шпажке. |  |
| Ассорти из свежих овощей (150) | 110 р. |
| помидоры, огурцы, сладкий перец, зелень |  |
| Рулетики из баклажан с пикантным кремом (150/20) | 120 р. |
| подаются на листьях салата с зеленью |  |
| Помидорчики "Триумф" (2 шт на порцию) (150/10) | 90 р. |
| фаршированные острой сырной массой |  |
| Закуска "Успех" (150) | 90 р. |
| на ломтике помидора сырные шарики, подается на листе салата |  |
| Оливки (75/5) | 50 р. |
|  |  |
| Маслины (75/5) | 50 р. |
|  |  |
| Грибочки маринованные (100/20) | 140 р. |
| грибочки маринованные с лучком и зеленью |  |
| Ассорти "Погребок" (250) | 250 р. |
| разносол из маринованных овощей |  |
| Волован с маслом (20/5) | 12 р. |
| волован, масло сливочное |  |
| Волован с икрой кетовой (20/5/10) | 60 р. |
| волован, масло сливочное, икра, зелень |  |
| Волован с семгой (20/5/10) | 50 р. |
| волован, масло сливочное, семга, лимон, зелень |  |
| Волован с ветчиной (20/5/10) | 40 р. |
| волован, масло сливочное, ветчина, зелень |  |
| Канапе с семгой(15/15) | 40 р. |
|  |  |
| Канапе с языком(15/15) | 40 р. |
|  |  |
| Канапе с брынзой и оливками(15/10) | 30 р. |

САЛАТЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Cалат "Греческий" (150) | 80 р. |
| брынза, огурец, помидор, сладкий перец, маслины, зелень, оливковое масло |  |
| Салат "Летняя фантазия" (150) | 80 р. |
| помидоры, огурцы, сладкий перец, салат, редис, лук зеленый, масло растительное |  |
| Салат "Авин" (150) | 100 р. |
| салат китайский, майонез, помидоры, лосось конс., ветчина, креветки |  |
| Салат "Снежный цветок" (150) | 100 р. |
| кальмары, свежий огурец, помидоры, яйцо, яблоко, майонез |  |
| Салат "Цезарь" с тунцом (150) | 120 р. |
| тунец, сыр, гренки, заправка, чеснок, зелень |  |
| Салат "Клеопатра" (150) | 100 р. |
| кальмары,крабовое мясо, огурец, кукуруза, маслины ,зелень, лимон |  |
| Салат "Пикантный" (150) | 90 р. |
| кальмары, яйцо, помидоры, чеснок, майонез |  |
| Салат "Посейдон" (150) | 90 р. |
| кальмары,сыр,яйцо,гренки,майонез |  |
| Салат "Рыбный" (150) | 90 р. |
| лосось, яйцо, салат китайский, огурец, зелень, майонез |  |
| Сельдь под шубой (150) | 80 р. |
| сельдь соленая, картофель, яйцо, морковь, свекла, лук, майонез |  |
| Салат "Крабовый" (150) | 80 р. |
| свежий огурец, яйцо, рис, крабовое мясо, кукуруза конс.,майонез |  |
| Салат "Мимоза" (150) | 80 р. |
| лосось, яйцо, картофель, сыр, лук, майонез |  |
| Салат "Нежный" (150) | 80 р. |
| салат китайский, крабовое мясо, яйцо,майонез, зелень |  |
| Салат "Русская красавица" (150) | 120 р. |
| куриное филе, ветчина, сыр, яйцо, картофель, горошек зеленый, лук зеленый, майонез |  |
| Салат "Цезарь" (150) | 120 р. |
| куриное филе, сыр, гренки, майонез, сметана, зелень, чеснок, уксус. |  |
| Салат "Губернский" (150) | 120 р. |
| куриное филе, язык говяжий, свежий огурец, яйцо, майонез, грецкий орех |  |
| Салат "Мушкетерский" (150) | 120 р. |
| язык говяжий, говядина, картофель, помидоры, майонез |  |
| Салат "Экзотика" (150) | 120 р. |
| куриное филе, ананас, грибы, майонез |  |
| Салат "Английский" (150) | 100 р. |
| куриное филе, грибы консервированные, огурцы консервированные, горчичная заправка, зелень |  |
| Салат "Куриный" (150) | 90 р. |
| салат китайский, огурец, помидор, кукуруза, мясо курицы, майонез |  |
| Салат "Мясной" (150) | 90 р. |
| говядина, картофель, морковь, огурцы консервированные, горошек зеленый, яйцо, майонез |  |
| Салат "Французский" (150) | 90 р. |
| ветчина, картофель, морковь, огурцы консервированные, горошек зеленый, яйцо, майонез |  |
| Салат "Оливье" (150) | 80 р. |
| колбаса вареная, картофель, морковь, яйцо, свежий огурец, зел. горошек |  |

ГОРЯЧИЕ ЗАКУСКИ

|  |  |
| --- | --- |
| Жюльен грибной (100) | 90 р. |
| грибы, масло, сливки, сыр |  |
| Жюльен из птицы (100) | 90 р. |
| куриное филе, масло, сливки, сыр |  |
| Жюльен из морепродуктов (100) | 90 р. |
| кальмары, креветки, масло, сливки, сыр |  |
| Жюльен грибной в тарталетке (60) | 70 р. |
| грибы, масло, сливки, сыр |  |
| Жюльен из птицы в тарталетке (60) | 70 р. |
| куриное филе, масло, сливки, сыр |  |
| Жюльен из морепродуктов в тарталетке (60) | 70 р. |
| кальмары, креветки, масло, сливки, сыр |  |
| Блинчики с грибами и сыром (150/30) | 60 р. |
|  |  |
| Блинчики с семгой (150/30) | 80 р. |
|  |  |
| Блинчики с икрой лососевой (150/30) | 100 р. |
|  |  |

ГОРЯЧИЕ БЛЮДА ИЗ РЫБЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Форель запеченая под сыром (150/50) | 300 р. |
| форель (филе) запекается с майонезом и сыром, подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Форель жареная в кляре (150/50) | 250 р. |
| подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Стейк из семги (150/50) | 250 р. |
| подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Семга по-петровски (150/50) | 280 р. |
| семга (филе), жареная со специями в беконе, подается с лимоном, зеленью и соусом "Тар-тар" |  |
| Семга по-русски (170/50) | 280 р. |
| семга запекается с картофелем, луком и сыром, подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Семга запеченная с грибами и сыром (150/50) | 280 р. |
| семга (филе) запекается с грибами и сыром, подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Семга c овощами (160/50) | 250 р. |
| семга (филе) запекается с овощами, подается с лимоном и зеленью |  |
| Семга жареная в кляре (150/50) | 250 р. |
| подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Рулетики из семги и судака (150/50) | 280 р. |
| подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| Судак по-польски (150/50) | 250 р. |
| судак (филе) на пару, соус, яйцо, сливочное масло, зелень, лимон |  |

ГОРЯЧИЕ БЛЮДА ИЗ МЯСА

|  |  |
| --- | --- |
| Три миньона (150/50) | 200 р. |
| вырезка свиная жареная в беконе под соусом "Байрон" |  |
| Антрекот натуральный (120/30) | 200 р. |
| подается на листе салата со свежими овощами и зеленью |  |
| Бифштекс натуральный по-деревенски (120/30) | 200 р. |
| вырезка с луком "фри" с помидорами и зеленью |  |
| Вырезка по-губернски (150/50) | 200 р. |
| вырезка обжаренная в льезоне с сыром |  |
| Мясо "Девичья краса" (150/50) | 200 р. |
| косичка мясная под грибным или клюквенным соусом |  |
| Отбивная в пряностях (120) | 170 р. |
| отбивная жареная с пряностями |  |
| Свинина с ананасом (160) | 170 р. |
| свиная отбивная запекается с ананасом и сыром. |  |
| Свинина по-польски (150/50) | 170 р. |
| свиная отбивная запекается с яблоками и сыром |  |
| Мясо по-французски (160) | 170 р. |
| свиная отбивная запекается с луком, майонезом и сыром |  |
| Мясо по-барски (160) | 170 р. |
| свиная отбивная запекается с грибами, майонезом и сыром. |  |
| Язык говяжий "Орли" в сухарях (140) | 170 р. |
| язык говяжий, обжаренный в льезоне и сухарях |  |
| Мясо "Лето" (160) | 170 р. |
| свиная отбивная запекается с помидором, сладким перцем, майонезом и сыром |  |
| Мясо "Коррида" (160) | 170 р. |
| свиная отбивная, соус острый, лук, майонез, маслины, сыр |  |
| Шейка запеченная с яблоками (150) | 170 р. |
| свиная шейка запекается с яблоками, с чесноком и пряностями. |  |
| Шейка по-егорьевски (200) | 170 р. |
| свинина с горчицей обжаренная в льезоне и сухарях |  |
| Шашлык из свинины (150/30) | 160 р. |
| подается с маринованным луком и соусом |  |

ГОРЯЧИЕ БЛЮДА ИЗ ПТИЦЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Шницель по-швейцарски (210) | 160 р. |
| отбивная из куриного филе, обжаренная в кляре, запекается с цветной капустой, майонезом и сыром. |  |
| Куриная ножка фаршированная "Риальто" (210) | 170 р. |
| куриная ножка фаршируется ветчиной, сыром и сливочным маслом |  |
| Рулет "Лидия" (150/50) | 170 р. |
| куриное филе фаршированное форелью и сыром подается на листе салата с соусом. |  |
| Куриный креш (150) | 150 р. |
| ножка куриная фаршированное грибами |  |
| "Курочка Ряба" (170) | 90 р. |
| куриные ножки с соусом |  |
| Шашлычки-лайт (120/30) | 120 р. |
| шашлычки из куриного филе, подаются со свежими овощами, маринованным луком, соусом |  |

ГАРНИРЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Картофель - фри (150) | 40 р. |
|  |  |
| Картофель "Пушкин" (150) | 45 р. |
| жареный картофель с грибами и луком |  |
| Картофель отварной с маслом и зеленью (150) | 40 р. |
|  |  |
| Картофель запеченный с маслом и зеленью (150) | 40 р. |
|  |  |
| Рис припущенный с овощами (150) | 40 р. |
|  |  |
| Зелень в ассортименте (50) | 20 р. |
|  |  |
| Лук репчатый с зеленью (50) | 10 р. |

ДЕСЕРТ

|  |  |
| --- | --- |
| Корзина из дыни с фруктами (1шт/500) | цена сезонная р. |
| виноград, красное яблоко, клубника |  |
| Фрукты в ассортименте (450) | 200 р. |
| по сезону |  |
| Фрукты на шпажке "Фруктовый сад" (60) | 40 р. |
| киви, апельсин, ананас, виноград |  |
| Лимон с сахаром (50/10) | 10 р. |
| лимон, порезанный кольцами, с сахаром |  |
| Пирожные в ассортименте (80-100) | 45 р. |
|  |  |
| Пти-фуры (20-30) | 20 р. |
| мини-пирожные |  |
| Торт на заказ (1 кг) | 400 р. |
| торты к любому торжеству |  |
| Пирожки печеные в ассортименте (80) | 15 р. |

**Расчет белья для ресторана «Русский Дом»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п / п | Наименование белья. | Количество штук | Резерв |
| 1 | Салфетки полотняные | 150 | 22 |
| 2 | Ручники 35 x 35 см. | 75 | 8 |
| 3 | Полотенца 100 x 40 см. | 54 | 4 |
| 4 | Фартуки | 54 |  |
| 5 | Салфетки бумажные для рук |  |  |
| 6 | Салфетки банкетные | 212 |  |

**Расчет в потребности в посуде и приборах для подачи в ресторане «Русский Дом»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование посуды и приборов | Потребность на 60 чел. (шт.) | Заказ в сервизную |
| I Фарфор |  |  |
| Тарелки мелкие, столовые: |  | 280 |
| - для горячего рыбного блюда | 130 |  |
| - для горячего мясного | 130 |  |
| -- резерв | 20 |  |
| Тарелки закусочные |  | 120 |
| - для сервировки и раскладывания блюд | 60 |  |
| - для мясных холодных блюд | 30 |  |
| - резерв | 30 |  |
| Тарелки пирожковые |  |  |
| - для хлеба | 60 |  |
| - как подставочные под креманки | 75 |  |
| - под икорницы | 30 |  |
| - под кокотницы | 30 |  |
| - соусники | 20 |  |
| - резерв | 30 |  |
| Блюда овальные: |  | 5 |
| - шестипорционные для осетра заливного | 5 |  |
| Блюда круглые: |  | 15 |
| - шестипорционные для ассорти мясного | 5 |  |
| - шестипорционные для колбасы копченой с зеленым салатом | 5 |  |
| - шестипорционные для корзиночек с ветчиной | 5 |  |
| Салатники |  | 40 |
| - квадратные однопорционные | 15 |  |
| - квадратные шестипорционные | 5 |  |
| - круглые шестипорционные | 15 |  |
| - треугольные шестипорционные | 5 |  |
| Ваза фарфоровая на низкой ножке |  |  |
| Чашки чайные с блюдцами | 30 | 40 |
| Резерв | 10 |  |
| Чашки кофейные с блюдцами | 30 | 40 |
| Резерв | 10 |  |
| Кофейники (на 1,5л.) | 2 | 2 |
| Чайники заварные ( на0,5 л.) | 3 | 3 |
| Чайники доливные ( на 1,5 л.) | 3 | 3 |
| Соусники | 20 | 20 |
| Сахарницы (200 см .) | 5 | 5 |
| Приборы для специй: | 7 | 7 |
| Солонки |  | 45 |
| Перечницы |  | 30 |
| Пепельницы |  | 15 |
| II Хрусталь (стекло) |  | 15 |
| Фужеры: |  | 80 |
| - для воды минеральной и напитков | 60 |  |
| - резерв | 20 |  |
| Рюмки: |  | 80 |
| - для водки | 60 |  |
| - резерв | 20 |  |
| - рейнвейные для белого вина | 60 | 80 |
| -резерв | 20 |  |
| - лафитные для красного вина | 60 | 80 |
| - резерв | 20 |  |
| Бокалы для шампанского | 60 | 80 |
| Резерв | 20 |  |
| Креманки для мороженого | 60 |  |
| Креманки для яблок с сиропом | 15 |  |
| Вазы для фруктов | 5 |  |
| III Мельхиор (нерж. сталь.) |  |  |
| Лопатки для икры | 5 | 5 |
| Ножи и вилки столовые для сервировки стола и II горячего блюда | 160 пар | 180 |
| Резерв | 20 |  |
| Ножи и вилки закусочные: |  | 140 |
| - для сервировки стола и рыбной закуски | 160 пар |  |
| - для мясной холодной закуски | 160 пар |  |
| Резерв | 20 |  |
| Порционные сковородки | 60 | 60 |
| Кокотницы | 55 | 55 |
| Лопатки кондитерские для раскладки тортов | 22 | 22 |
| Приборы для раскладывания: |  | 315 |
| - для холодной рыбной закуски | 150 |  |
| - для холодной мясной закуски | 165 |  |
| Резерв | 5 |  |
| Ложки десертные для яблок с сиропом | 65 | 65 |
| Ложки чайные: |  | 658 |
| - для чая | 100 |  |
| - для горячей закуски | 150 |  |
| - для мороженого | 90 |  |
| - для соуса | 85 |  |
| Резерв | 15 |  |
| Ложки кофейные | 80 | 35 |
| Резерв | 5 |  |
| Ведерки для шампанского | 31 | 11 |
| Подносы | 8 | 8 |

**Приложение 2**

**Меню банкета в честь открытия ресторана «Русский Дом»**

ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ

|  |  |
| --- | --- |
| Ассорти рыбное (150) | 400 р. |
| осетровые горячего копчения, осетровые холодного копчения, семга слабосоленая |  |
| Заливное из судака (50/100) | 100 р. |
|  |  |
| Селедочка по-русски (75/20) | 90 р. |
| подается с картофелем, лучком и зеленью |  |
| Ассорти мясное (200) | 260 р. |
| буженина, карбонат, колбаса с/к., ветчина |  |
| Язык отварной с хреном (75/20) | 110 р. |
| язык говяжий, хрен, зелень |  |
| Сырная фантазия на шпажке (80) | 100 р. |
| сыр кубиками с виноградом на шпажке. |  |
| Ассорти из свежих овощей (150) | 110 р. |
| помидоры, огурцы, сладкий перец, зелень |  |
| Ассорти "Погребок" (250) | 250 р. |
| разносол из маринованных овощей |  |

САЛАТЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Cалат "Греческий" (150) | 80 р. |
| брынза, огурец, помидор, сладкий перец, маслины, зелень, оливковое масло |  |
| Салат "Рыбный" (150) | 90 р. |
| лосось, яйцо, салат китайский, огурец, зелень, майонез |  |
| Сельдь под шубой (150) | 80 р. |
| сельдь соленая, картофель, яйцо, морковь, свекла, лук, майонез |  |
| Салат "Куриный" (150) | 90 р. |
| салат китайский, огурец, помидор, кукуруза, мясо курицы, майонез |  |
| Салат "Мясной" (150) | 90 р. |
| говядина, картофель, морковь, огурцы консервированные, горошек зеленый, яйцо, майонез |  |

ГОРЯЧИЕ ЗАКУСКИ

|  |  |
| --- | --- |
| Жюльен грибной (100) | 90 р. |
| грибы, масло, сливки, сыр |  |
| Блинчики с семгой (150/30) | 80 р. |
|  |  |
| Блинчики с икрой лососевой (150/30) | 100 р. |
|  |  |

ГОРЯЧИЕ БЛЮДА ИЗ РЫБЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Семга по-русски (170/50) | 280 р. |
| семга запекается с картофелем, луком и сыром, подается с лимоном, маслинами и зеленью |  |
| судак (филе) на пару, соус, яйцо, сливочное масло, зелень, лимон |  |

ГОРЯЧИЕ БЛЮДА ИЗ МЯСА

|  |  |
| --- | --- |
| Вырезка по-губернски (150/50) | 200 р. |
| вырезка обжаренная в льезоне с сыром |  |
| Мясо "Девичья краса" (150/50) | 200 р. |
| косичка мясная под грибным или клюквенным соусом |  |
| Шейка по-егорьевски (200) | 170 р. |
| свинина с горчицей обжаренная в льезоне и сухарях |  |
| Шашлык из свинины (150/30) | 160 р. |
| подается с маринованным луком и соусом |  |

ГОРЯЧИЕ БЛЮДА ИЗ ПТИЦЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Рулет "Лидия" (150/50) | 170 р. |
| куриное филе фаршированное форелью и сыром подается на листе салата с соусом. |  |
| "Курочка Ряба" (170) | 90 р. |
| куриные ножки с соусом |  |

ГАРНИРЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Картофель "Пушкин" (150) | 45 р. |
| жареный картофель с грибами и луком |  |
| Картофель запеченный с маслом и зеленью (150) | 40 р. |
|  |  |
| Рис припущенный с овощами (150) | 40 р. |
|  |  |
| Зелень в ассортименте (50) | 20 р. |
|  |  |
| Лук репчатый с зеленью (50) | 10 р. |
|  |  |

ДЕСЕРТ

|  |  |
| --- | --- |
| Корзина из дыни с фруктами (1шт/500) | цена сезонная р. |
| виноград, красное яблоко, клубника |  |
| Фрукты на шпажке "Фруктовый сад" (60) | 40 р. |
| киви, апельсин, ананас, виноград |  |
| Пирожные в ассортименте (80-100) | 45 р. |

**Приложение 3**

Заявка в бельевую к банкету «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_200\_\_ г.

Время готовности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п / п | Наименование белья. | Количество штук | Резерв |
| 1 | Салфетки полотняные | 150 | 12 |
| 2 | Ручники 35 x 35 см. | 25 | 8 |
| 3 | Полотенца 100 x 40 см. | 44 | 4 |
| 4 | Фартуки | 34 |  |
| 5 | Салфетки бумажные для рук |  |  |
| 6 | Салфетки банкетные | 212 |  |

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_200\_ г.

Метрдотель\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

Расчет в потребности в посуде и приборах для подачи

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Перечень блюд и напитков | Заказано порций | Наименование посуды, приборов | Вместимость посуды порции | Количество приборов, ед. |
| Ассорти рыбное (150) | 150 | Икорницы, тарелки пирожковые (под икорницы) | 6 1 | 18 18 |
| Заливное из судака (50/100) | 150 | Блюда овальные фарфоровые | 6 | 25 |
| Язык отварной с хреном (75/20) | 150 | Прибор для раскладки | 1 | 150 |
| Селедочка по-русски (75/20) | 200 | Салатники квадратные фарфоровые | 6 | 34 |
| Ассорти мясное (200) | 150 | Блюда круглые фарфоровые | 6 | 25 |
| Сырная фантазия на шпажке (80) | 150 | Блюда круглые фарфоровые  Прибор для раскладки | 6  1 | 25 |
| Ассорти из свежих овощей (150) | 75 | Соусники фарфоровые  Ложки чайные | 6  1 | 13  5 |
| Cалат "Греческий" (150) | 50 | Блюда круглые фарфоровые | 6 | 8 |
| Салат "Рыбный" (150) | 75 | Салатники круглые фарфоровые  Прибор для раскладки | 6  1 | 8  5 |
| Сельдь под шубой (150) | 75 | Салатники круглые фарфоровые  Прибор для раскладки | 6  1 | 8  5 |
| Салат "Куриный" (150) | 75 | Салатники треугольные фарфоровые  Прибор для раскладки | 6  1 | 8  5 |
| Салат "Мясной" (150) | 15 | Салатники квадратные фарфоровые  Прибор для раскладки | 1  1 | 15  15 |
| Жюльен грибной (100) | 150 | Сковородка однопорционная  Закусочная тарелка  Ложки чайные | 1  1  1 | 150  150  150 |
| Блинчики с семгой (150/30) | 75 | Кокотницы  Тарелки пирожковые  Ложки чайные | 1  1  1 | 75  75  75 |
| Блинчики с икрой лососевой (150/30) | 150 | Мелкие столовые тарелки  Вилки столовые | 1  по 1 | 30  30 |
| Вырезка по-губернски (150/50) Мясо "Девичья краса" (150/50) Шейка по-егорьевски | 250 | Столовые тарелки  Нож и вилки столовые | 1  по 1 | 250  250 |
| Корзина из дыни с фруктами (1шт/500) | 150 | Креманки стеклянные  Ложки десертные | 1  1 | 150  150 |
| Фрукты на шпажке "Фруктовый сад" (60) | 150 | Креманки стеклянные  Ложки чайные | 1  1 | 150  150 |
| Пирожные в ассортименте (80-100) | 120 | Вазы на низкой ножке фарфоровые | 12 | 10 |
|  |  | Рюмки:   * рейнвейные * лафитные | 1  1 | 150  150  150 |
|  |  | Фужеры (200 см.) | 1 | 150 |
|  |  | Рюмки водочные (50 см.) | 1 | 150 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование посуды и приборов | Потребность на 150чел. (шт.) | Заказ в сервизную |
| I Фарфор |  |  |
| Тарелки мелкие, столовые: |  | 265 |
| - для горячего рыбного блюда | 120 |  |
| - для горячего мясного | 130 |  |
| -- резерв | 10 |  |
| Тарелки закусочные |  | 320 |
| - для сервировки и раскладывания блюд | 160 |  |
| - для мясных холодных блюд | 130 |  |
| - резерв | 30 |  |
| Тарелки пирожковые |  |  |
| - для хлеба | 60 |  |
| - как подставочные под креманки | 75 |  |
| - под икорницы | 100 |  |
| - под кокотницы | 30 |  |
| - соусники | 40 |  |
| - резерв | 30 |  |
| Блюда овальные: |  | 15 |
| - шестипорционные для осетра заливного | 15 |  |
| Блюда круглые: |  | 45 |
| - шестипорционные для ассорти мясного | 15 |  |
| - шестипорционные для колбасы копченой с зеленым салатом | 15 |  |
| - шестипорционные для корзиночек с ветчиной | 15 |  |
| Салатники |  | 215 |
| - квадратные однопорционные | 150 |  |
| - квадратные шестипорционные | 25 |  |
| - круглые шестипорционные | 15 |  |
| - треугольные шестипорционные | 25 |  |
| Ваза фарфоровая на низкой ножке |  |  |
| Чашки чайные с блюдцами | 160 | 160 |
| Резерв | 20 |  |
| Чашки кофейные с блюдцами | 80 | 80 |
| Резерв | 10 |  |
| Кофейники (на 1,5л.) | 20 | 20 |
| Чайники заварные ( на0,5 л.) | 30 | 30 |
| Чайники доливные ( на 1,5 л.) | 20 | 20 |
| Соусники | 20 | 20 |
| Сахарницы (200 см .) | 50 | 50 |
| Приборы для специй: | 70 | 70 |
| Солонки |  | 45 |
| Перечницы |  | 30 |
| Пепельницы |  | 55 |
| II Хрусталь (стекло) |  | 15 |
| Фужеры: |  | 80 |
| - для воды минеральной и напитков | 160 |  |
| - резерв | 20 |  |
| Рюмки: |  | 180 |
| - для водки | 160 |  |
| - резерв | 20 |  |
| - рейнвейные для белого вина | 160 | 180 |
| -резерв | 20 |  |
| - лафитные для красного вина | 160 | 180 |
| - резерв | 20 |  |
| Бокалы для шампанского | 160 | 180 |
| Резерв | 20 |  |
| Креманки для мороженого | 160 |  |
| Креманки для яблок с сиропом | 15 |  |
| Вазы для фруктов | 15 |  |
| III Мельхиор (нерж. сталь.) |  |  |
| Лопатки для икры | 15 | 15 |
| Ножи и вилки столовые для сервировки стола и II горячего блюда | 60 пар | 80 |
| Резерв | 20 |  |
| Ножи и вилки закусочные: |  | 380 |
| - для сервировки стола и рыбной закуски | 180 пар |  |
| - для мясной холодной закуски | 180 пар |  |
| Резерв | 20 |  |
| Порционные сковородки | 90 | 90 |
| Кокотницы | 15 | 15 |
| Лопатки кондитерские для раскладки тортов | 2 | 2 |
| Приборы для раскладывания: |  | 30 |
| - для холодной рыбной закуски | 10 |  |
| - для холодной мясной закуски | 15 |  |
| Резерв | 5 |  |
| Ложки десертные для яблок с сиропом | 15 | 15 |
| Ложки чайные: |  | 585 |
| - для чая | 160 |  |
| - для горячей закуски | 60 |  |
| - для мороженого | 160 |  |
| - для соуса | 165 |  |
| Резерв | 15 |  |
| Ложки кофейные | 80 | 35 |
| Резерв | 5 |  |
| Ведерки для шампанского | 11 | 11 |
| Подносы | 38 | 8 |

1. Никуленкова Т.Т., Лаврененко Ю.И., Ястина Г.Н. Проектирование предприятий общественного питания. - М.: «Экономика», 2006, с.53 [↑](#footnote-ref-1)
2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. - М.: ЮНИТИ, 2004, с.118 [↑](#footnote-ref-2)
3. Кудимова М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе.// «5 звезд». – 2005. - №6. – С.5 – 11. [↑](#footnote-ref-3)
4. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: «Дело», 2006, с.208 [↑](#footnote-ref-4)