РЕФЕРАТ

по дисциплине "Менеджмент"

по теме "Управление процессами обслуживания на предприятиях питания"

Содержание

1. Классификация предприятий питания

2. Культура обслуживания на предприятиях питания

3. Обслуживание в гостиничных номерах

4. Условия питания и методы обслуживания

5. Виды сервиса

6. Обслуживание банкетов

7. Характеристика и виды меню

Литература

# 1. Классификация предприятий питания

Для классификации, предприятий питания туристской индустрии используется ряд критериев, наиболее важными среди которых являются:

Характер торгово-производственной деятельности.

Месторасположение.

Контингент обслуживаемых клиентов (гостей).

Ассортимент продукции (специализация).

Вместимость.

Форма обслуживания.

Время функционирования.

Уровень обслуживания.

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

ресторан;

кафе;

бар;

буфет;

закусочная;

столовая и др.

Для каждого типа предприятий питания по этому признаку классификации характерны соответствующий ассортимент блюд и напитков, применяемые формы обслуживания, месторасположение, обслуживаемый контингент клиентов - сочетания других критериев классификации.

Ресторан - предприятие питания, предоставляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных и сложного приготовления. Высокий уровень обслуживания в ресторанах обеспечивается квалифицированными поварами, официантами, метрдотелями и сочетается с организацией отдыха и развлечений.

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана - фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки. Рестораны при гостиницах обслуживают как проживающих в них гостей, так и широкую публику. Они также организуют обслуживание торжественных и официальных приемов, совещаний, конференций, конгрессов, предоставляют гостям другие услуги: продажу сувениров, цветов, обслуживание в гостиничных номерах и т.д.

В большинстве ресторанов предусматривается музыкальная программа и проведение концертов.

Кафе - предприятие питания, предоставляющее гостям ограниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов в сочетании с отдыхом и развлечениями. Большинство гостиничных комплексов в своей структуре наряду с ресторанами предпочитают иметь небольшое кафе. Бар - специализированное предприятие питания, предоставляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. В баре имеется возможность отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку, развлечься.

Буфет производит продажу с потреблением на месте ограниченного ассортимента холодных закусок, бутербродов, напитков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд несложного приготовления. Допускается отпуск упакованной продукции на вынос, а также реализация продовольственных товаров. В гостиницах работают буфеты, оборудованные электроплитами, холодильниками, охлаждаемыми прилавками, кофеваркой другим современным оборудованием.

Закусочная изготавливает, реализует и организует потребление на месте различных блюд и закусок несложного приготовления, бульонов, холодных и горячих напитков, мучных кондитерских изделий.

управление обслуживание питание гостиничный

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

Месторасположение. В зависимости от месторасположения различают:

городские рестораны. Расположены в городской черте и предлагают разнообразный ассортимент блюд, закусок, напитков либо специализируются в предоставлении обедов и (или) ужинов. Работают в определенные часы и имеют многочисленных клиентов;

вокзальные рестораны. Расположены на железнодорожных и аэровокзалах. Работают круглосуточно. Характерен ограниченный набор блюд, закусок, напитков, невысокий уровень цен и относительно быстрое обслуживание;

вагоны-рестораны. В основном имеются в поездах дальнего следования и предназначены для обслуживания пассажиров, находящихся в пути. В меню вагонов-ресторанов входят холодные закуски, первые и вторые блюда, горячие напитки, комплексные обеды, а также дорожные наборы в пакетах, кондитерские изделия, фрукты, соки, минеральные и фруктовые воды, продаваемые официантами во всех вагонах поезда;

рестораны на теплоходах. Предназначены для обслуживания пассажиров и туристов в пути следования. В них предоставляются завтраки, обеды и ужины. Обслуживание осуществляется официантами, но может применяться и самообслуживание. На крупных теплоходах может быть несколько ресторанов;

рестораны для автотуристов, не желающих покидать автомобиль. Расположены возле шоссе или крупных автостоянок. В целях экономии времени клиенты обслуживаются прямо в машине официантами, которые подкатывают к ним на роликовых коньках. Такой вид ресторанов распространен в США.

Бары можно классифицировать в зависимости от их расположения в гостиничном здании:

вестибюльный бар служит удобным местом для встреч и бесед;

ресторанный бар традиционно является самым притягательным элементом интерьера ресторана;

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

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

бар при бассейне. Любой высокоразрядный отель (не только курортный) немыслим без бассейна и бара при нем, где гости могут расслабиться с бокалом экзотического коктейля или какого-либо другого напитка;

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

Контингент обслуживаемых клиентов (гостей). В зависимости от этого критерия предприятия питания подразделяются на:

общедоступные;

связанные с обслуживанием определенного контингента клиентов.

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

Ассортимент продукции (специализация). В зависимости от широты ассортимента предлагаемой продукции прежде всего можно выделить две большие категории предприятий питания:

полносервисные;

специализированные.

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

В меню полносервисных ресторанов и кафе высока доля фирменных и заказных блюд, которые относят к разряду блюд "высокой кухни" (фр. haute cuisine). Для полносервисных ресторанов характерен очень высокий уровень обслуживания: метрдотель встречает и усаживает гостя за стол, старший официант дает советы по поводу блюд, объясняет, в чем особые качества заказываемых блюд, он же советует, какое вино лучше подходит к заказываемым блюдам.

Оформление полносервисных ресторанов обычно соответствует общему настроению, которое ресторан пытается создать. Роскошная еда, обслуживание и атмосфера - все это в комплексе оставляет незабываемое впечатление.

Специализация предприятий питания может быть различной: от широкой специализации на блюдах определенной кухни (французской, итальянской, китайской и т.д.) до узкой специализации на одном или нескольких наименованиях блюд. На приготовлении одного главного блюда специализируются обычно предприятия быстрого обслуживания, которые предлагают:

гамбургеры - McDonald's, Burger King, Wendy's;

пиццу - Pizza Hut, Domino, Little Ceasar;

морепродукты - Red Lobster, John Silver's;

блюда из цыпленка - KFC, Church's;

бифштексы - Sizzler, Ponderosa, Bonanza;

сэндвичи - Subway;

блинчики - International House of Pancakes, Country Kitchen.

Рассматриваемый признак классификации предприятий питания носит весьма условный характер, в связи с чем один и тот же ресторан может быть одновременно и полносервисным и специализированным. Например, специализируясь на блюдах французской кухни, ресторан одновременно предлагает широкий (не менее 15) ассортимент их наименований.

Среди разных типов предприятий питания наиболее прости специализировать бары - в зависимости от ассортимента peaлизуемых напитков (винные, пивные, молочные, коктейль-бары и др.).

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

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

Форма обслуживания. По применяемым формам обслуживания предприятия питания делятся на:

предприятия самообслуживания;

с частичным обслуживанием официантами;

с полным обслуживанием официантами;

с обслуживанием буфетчиками.

Время функционирования. По этому критерию предприятия питания подразделяются на:

постоянно действующие;

сезонные;

а также на:

работающие в дневное и вечернее время;

работающие в ночное время (ночные бары).

Уровень обслуживания. Предприятия питания подразделяются па следующие категории:

люкс;

высшая;

первая;

вторая;

третья.

Согласно ГОСТ Р 50762-95 рестораны подразделяются на три категории - люкс, высшая, первая.

# 2. Культура обслуживания на предприятиях питания

Культура обслуживания - это организационная культура, направленная на обслуживание клиентов на основе выработки определенных правил, процедур, практических навыков и умений. Культура обслуживания диктуется политикой предприятия, поддерживается системой поощрений персонала обслуживания и рядом других мероприятий.

Культура обслуживания вырабатывается каждым предприятием. На одном предприятии она может быть очень низкой, на другом же - достаточно высокой. Проявление высокой культуры обслуживания определяется через поведение персонала, который четко знает, как действовать в любой ситуации и что от него ожидают клиенты и руководство, а также тем, что высокая культура делает всех работников целеустремленными и заставляет с уважением относиться к своему предприятию.

Культура обслуживания - это сложное комплексное понятие, слагаемыми которого являются:

безопасность и экологичность при обслуживании;

эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания;

наличие достаточного количества столовой посуды, при боров и столового белья;

знание и соблюдение персоналом этических норм обслуживания;

знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей;

знание специальных правил предложения и отпуска раз личных блюд и напитков, а также технических навыков и приемов их подачи;

знание основных правил сервировки стола.

Безопасность и экологичность при обслуживании. На любом предприятии питания в первую очередь должны быть обеспечены безопасность жизни, здоровья и имущества гостей как и обычных условиях, так и в экстремальных ситуациях. В здании должны быть аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориентацию гостей.

Предприятия питания должны быть оборудованы системами оповещения и средствами защиты от пожара, предусмотренными Правилами пожарной безопасности.

На предприятиях питания должны беспрекословно соблюдаться санитарно-гигиенические нормы и правила, установленные органами санитарно-эпидемиологического надзора в части чистоты помещений, состояния сантехнического и производственного оборудования, удаления отходов и эффективной защиты от насекомых и грызунов.

Особые требования в отношении безопасности предъявляются к персоналу обслуживания. Прежде всего весь персонал должен пройти подготовку по безопасным методам работы, знать и соблюдать меры пожарной безопасности, правила охраны труда и техники безопасности. Все работники предприятия должны подлежать периодическому медицинскому освидетельствованию.

При поступлении на работу они обязаны пройти медицинский осмотр и прослушать курс по санитарно-гигиенической подготовке. В процессе работы на предприятии обслуживающий персонал периодически, не реже одного раза в два года, должен сдавать экзамены по санитарному минимуму. На каждого работника заводится личная медицинская книжка, в которую вносят результаты медицинских обследований, сведения о перенесенных инфекционных заболеваниях, о сдаче санитарного минимума. К работе на предприятии не допускаются лица, являющиеся источником инфекционных заболеваний.

Предприятия питания должны располагаться в благоприятных экологических условиях.

Эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания. Интерьер представляет собой внутренне организованное пространство помещений предприятий питания, одновременно выступающее средой действия (в нем осуществляется технологический цикл обслуживания гостей) и средой восприятия (обладает способностью оказывать сильное эмоциональное воздействие).

К помещениям предприятий питания, в которых происходит обслуживание посетителей, относят залы, бары, коктейль-холлы, буфеты. Входную группу помещений, где начинается обслуживание, составляют вестибюль с гардеробом, аванзал (помещение для сбора, ожидания и отдыха гостей), санузел.

Залы - это основные помещения предприятий питания, где обслуживают гостей. Их расположение влияет на планировочное решение, объемную композицию и архитектуру всего здания. Очень важно обеспечить рациональную связь торговых залов с производственными и вспомогательными помещениями, которая обусловлена технологическим процессом и функциональными требованиями. В частности, зал должен быть расположен таким образом, чтобы в него не проникали шумы производственных помещений и запахи кухни.

В решении интерьера учитывается специализация предприятий питания, контингент клиентов, на который они рассчитаны, применяемые методы обслуживания и ряд других факторов. При всем этом важно максимально раскрыть связь интерьера и окружающей предприятие среды: ландшафта, городского района, улицы. Это достигается применением различных архитектурных приемов, что часто играет для предприятия не меньшую роль, чем хорошая кухня.

Одним из факторов, определяющих комфортные условия обслуживания на предприятиях питания, является правильное освещение залов и прилегающих помещений. Освещение вестибюля должно гармонировать с освещением холлов, обеденных залов, баров, умывальных комнат, кабин лифтов и других подсобных помещений. С помощью освещения можно подчеркнуть характер предприятия, сформировать его образ. Особое внимание следует уделить организации наружного освещения, которое способствует привлечению посетителей. Наружное освещение самого здания, вывесок и подходов к нему должно гармонировать с окружающей средой и в то же время привлекать внимание. Если предприятие расположено на шумной городской магистрали, то и освещение должно быть динамичным, ярким. Если ресторан или кафе располагаются в тихих уголках города, вдали от транспортного шума, то предпочтительнее спокойное освещение, гармонирующее с уютным интерьером.

В зале ресторана с помощью освещения можно выделить отдельные зоны, направить потоки посетителей. Наиболее интересные элементы интерьера следует выделять более ярким светом.

Психологи рекомендуют в обеденном зале делать освещение динамичным. Особенно ярким освещение должно быть во время завтрака, чтобы клиенты могли читать газеты, журналы. В вечернее время освещение должно способствовать созданию атмосферы праздничности, торжественности или уюта. В некоторых ресторанах используют комбинированное освещение, характеризующееся сочетанием зон с достаточно ярким освещением и затемненных.

Основным организующим и функциональным элементом интерьера предприятий питания, оказывающим влияние на создание комфортных условий обслуживания, является мебель. К номенклатуре и видам используемых в ресторанах, кафе, барах мебельных изделий кроме общих (функционально-технологических, эргономических, эстетических) предъявляются следующие специальные требования:

соответствие мебели характеру работы предприятий, поскольку самообслуживание или обслуживание официантами влияет на площадь стола, рассчитанную на одно место за ним;

соответствие типу торгового зала (ресторан, кафе, банкетный зал, бар), от чего зависят вид мебели и ее размеры;

удобство - соотношение между высотой стола и высотой сиденья стула, высотой подлокотников и спинкой кресла (наиболее комфортным считается размер 20-31 см - расстояние от сиденья кресла до столешницы);

гигиеничность, которая обеспечивается использованием соответствующих этому требованию отделочных материалов.

Главным предметом меблировки предприятий питания являются столы. Основные конструктивные элементы стола - это столешницы и опоры. Столешницы могут быть различной конфигурации (круглые, квадратные, прямоугольные) и размеров. По виду опоры столы могут быть одно-, двух-, трех-, четырехопорные. Размеры столов определяются их назначением: для ресторанов - обеденные, фуршетные, банкетные; для кафе и столовых; для кафетериев и т.д.

Наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столового белья. Важным условием обеспечения высокой культуры обслуживания на предприятиях питания является наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столового белья, содержащихся в безукоризненном порядке. На предприятиях питания используется посуда различных видов: фарфоровая, фаянсовая, стеклянная, хрустальная, металлическая, деревянная, пластмассовая, посуда разового пользования. Количество посуды, ее комплектность зависят от типа предприятий, их мощности, разнообразия меню, режима работы, форм обслуживания, категории и некоторых других факторов.

Столовые приборы, используемые на предприятиях питания, делят на две группы: основные и вспомогательные. Основные приборы предназначены для приема пищи, вспомогательные - для раскладки блюд.

К основным приборам относят закусочный, рыбный, столовый, десертный, фруктовый. Закусочный прибор (нож, вилка) используется для сервировки стола при подаче холодных блюд и закусок всех видов, а также некоторых горячих закусок. Отличается от столового прибора меньшими размерами. Рыбный прибор (нож, вилка) используется для сервировки стола при подаче вторых рыбных блюд. Прибор включает вилку с четырьмя короткими зубцами и углублением для отделения костей и нож с коротким и широким лезвием в виде лопаточки. Столовый прибор (нож, вилка, ложка) используется для сервировки стола при подаче первых и вторых блюд при отсутствии специального прибора. Десертный прибор (нож, вилка, ложка) используется при подаче сладких блюд, сладких пирогов, арбузов и т.д. По размеру десертный прибор немного меньше закусочного. Фруктовый прибор (вилка, нож с острым, коротким лезвием, напоминающий перочинный) отличается от десертного меньшими размерами.

На предприятиях питания для оформления зала и обслуживания используют различные виды столового белья и скатертей. Классическим материалом для них является лен и хлопчатобумажная ткань. В настоящее время используют такие материалы, как шелк, тонкое сукно, акрил, дралон, присент, покулен.

Знание и соблюдение персоналом этических норм и правил обслуживания. Особое место в работе предприятий питания занимает этическая сторона обслуживания. Высокая этическая культура - обязательная черта каждого работника индустрии гостеприимства. Это первейшее нравственное требование. Грубость, бестактность, пренебрежительное отношение к людям нетерпимы в любой сфере трудовой деятельности, но в сфере услуг они недопустимы.

Развитие высокой культуры обслуживания, ориентированной на запросы клиентов, имеет первостепенное значение в деятельности предприятий питания. Независимо от используемого метода обслуживания все работники ресторана, кафе, бара, буфета должны руководствоваться определенными правилами, направленными на создание у гостя максимального чувства комфорта. В качестве основного правила обслуживания следует усвоить то, что по отношению ко всем без исключения гостям персонал обслуживания должен быть безукоризненно вежлив, внимателен и тактичен. Гости практически всегда должны видеть обслуживающий персонал, но никогда (за редким исключением) не должны слышать их разговоров между собой. Популярность многих предприятий питания часто находится в прямой зависимости от этической культуры обслуживания, от вежливого и внимательного отношения официантов к посетителям. Производственный, организационный и эстетический аспекты не исчерпывают всех форм культуры обслуживания в современном ресторане. Чтобы обслуживание было действительно культурным, недостаточно иметь современное красивое предприятие с техническим оборудованием. Важно располагать на этом предприятии квалифицированными, знающими свое дело кадрами.

Благожелательное отношение к клиенту должно начинаться с того момента, когда он переступил порог ресторана, кафе, бара. Вежливая, внимательная встреча клиентов в определенной мере содействует повышению их психологического настроя. Очень важно также обеспечить индивидуальный подход к клиентам, который заключается в знании и учете их личных качеств, интересов, склонностей, в соответствии с которыми следует выбирать определенную манеру обращения.

Персонал обслуживания предприятий питания должен иметь твердые представления о нравственных требованиях, предъявляемых к их профессии. Этим критерием обычно руководствуются при подборе и расстановке кадров, что особенно относится к официантам, барменам, метрдотелям, которые являются центральными фигурами в обеденном зале. Именно с ними непосредственно имеют дело сотни людей, к ним они обращаются с просьбами, за советом, им делают замечания, высказывают недовольство или похвалу и т.д.

При решении вопроса о приеме на работу в сферу гостеприимства целесообразно выяснить, обладает ли претендент коммуникативными способностями. Известно, что официанты, не обладающие такими способностями, испытывают тяжелейшие нервные нагрузки, из-за чего часто возникают конфликтные ситуации во взаимоотношениях с посетителями. Это, в свою очередь, нередко приводит их в стрессовое состояние, сопровождающееся повышенной раздражительностью. Обиженным и крайне неудовлетворенным остается и потребитель.

Знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей. При обслуживании по меню "а ля карт" преимуществом пользуются лица старшего возраста перед младшими, женщины перед мужчинами. Во время торжественных мероприятий предпочтение всегда отдается юбиляру.

Более сложным представляется вопрос о том, с кого следует начинать обслуживание при проведении специальных мероприятий. В основном необходимо придерживаться правил, приведенных выше. Однако в условиях дипломатических приемов эти правила в значительной степени изменяются.

При проведении специальных мероприятий обслуживание всегда начинают с почетных гостей, независимо от того, сидят они за общим банкетным столом или за отдельными столиками. Следует учитывать и то обстоятельство, что на официальных приемах и банкетах нередко присутствуют члены семей руководящих лиц. Если за столом находятся супруги министров двух государств, то обслуживание начинается не с них, а с министра-гостя и министра-хозяина. Таким образом, преимущество отдается общественному положению гостя.

В рамках специальных мероприятий официант поочередно обслуживает всех гостей, занимающих места за столом в порядке общественного ранга: сначала юбиляра, затем почетного гостя, руководителя учреждения, ответственных представителей, работников учреждения. В этом случае правило, согласно которому сначала обслуживаются женщины, а уж затем мужчины, неприменимо.

При передвижении обслуживающего персонала по залу действуют правила, схожие с правилами дорожного движения: при встречном движении идти по правой стороне; обгонять слева; не останавливаться внезапно; избегать ненужных движений и т.д. При сервировке столов, а также в процессе непосредственного обслуживания гостей официант всегда движется вперед. Работа, выполняемая им с правой стороны от гостя, обусловливает для него необходимость обходить стол слева. И наоборот, работа, выполняемая официантом с левой стороны от гостя, обусловливает необходимость для него обходить стол справа.

Стоя с правой стороны от гостя, официант выполняет следующие действия:

раскладывает приборы, которые должны лежать справа (ложки, ножи);

расставляет и убирает бокалы, рюмки и т.д.;

подает бутылки с алкогольными напитками;

разливает напитки;

расставляет тарелки с супом;

подает или наливает горячие напитки (кофе, чай, шоколад и т.д.);

подает карту меню;

подает тарелки с табачными изделиями (например, с раскрытой пачкой сигарет);

убирает со стола тарелки, чашки, приборы, соусницы, посуду из стекла, бутылки, салфетки и др.

Стоя с левой стороны от гостя, официант выполняет следующие действия:

раскладывает приборы, которые должны лежать с левой стороны (например, вилки);

раскладывает масло, предлагает гостям выложенную на блюдо пищу;

расставляет и убирает пирожковые и закусочные тарелки, салатники;

предлагает гостям поднос для уборки ненужной посуды;

предлагает сигареты, которые гость сам достает из пачки и т.д.

Знание и соблюдение специальных правил предложения и отпуска различных блюд и напитков. Предпосылкой квалифицированного обслуживания гостей на предприятиях питания является обстоятельное знание специальных правил предложения и отпуска различных блюд и напитков, а также технических навыков и приемов их подачи.

Предложение и подача холодных закусок. Холодные закуски способствуют возбуждению аппетита, поэтому они должны иметь привлекательный внешний вид. Подача холодных закусок осуществляется в следующей последовательности:

рыбная гастрономия (икра, рыба, шпроты);

рыбные блюда собственного производства (рыба отварная, заливная, под маринадом и т.д.);

мясная гастрономия;

мясные закуски собственного производства;

натуральные овощи;

салаты (рыбные, мясные, овощные, яичные);

сыр.

Температура подаваемых холодных закусок должна быть не выше 14 градусов, некоторые продукты (сливочное масло) должны быть охлажденными. Овощи в натуральном виде можно подавать в салатниках с пищевым льдом.

Холодные закуски подаются на закусочных тарелках, если они предназначены для индивидуальной подачи, или в металлических и фарфоровых блюдах круглой и овальной формы, если они подаются группе посетителей, на банкетах и приемах.

Для раскладывания закусок в зависимости от их вида применяют ложку столовую, ложку десертную или вилку либо то и другое. Используют также специальные приборы: лопатки для раскладывания рыбы, икры, паштета, приборы для салатов, щипцы.

Предложение и подача горячих закусок. Горячие закуски подают перед основным блюдом и, как правило, в той специальной посуде, в которой они приготавливались (порционные сковородки, кокотницы, кокильницы, посуда из жаропрочного стекла).

Предложение и подача супов. Супы подают после закусок. По температуре подачи супы бывают горячие (74°С) и холодные (7-14°С). Супы, заправленные льезоном, должны иметь температуру подачи 64°С.

В зависимости от технологии приготовления супы делятся на следующие виды: прозрачные (бульоны), заправочные (щи, борщи), молочные, холодные, фруктово-ягодные. Вид супов определяет посуду и способы их подачи.

Супы подают в тарелках, в бульонных чашках, в супнице. При подаче некоторых видов заправочных супов, борщей и супов национальных кухонь используют порционные горячие горшочки, в которых эти супы готовились.

Предложение и подача вторых блюд. Ассортимент вторых блюд, предлагаемых клиентам ресторана, разнообразен как по используемому сырью, так и по способу тепловой обработки. Последовательность их подачи следующая:

рыбные;

мясные;

птица и дичь;

овощные;

крупяные;

яичные;

молочные;

мучные.

Если какое-либо блюдо отсутствует, то это не нарушает очередности их подачи.

Вторые блюда подают в горячем виде при температуре 65°С, соусы к ним - 75°С, заказные блюда - 80-90°С. Чтобы сохранить температуру блюд при отпуске, тарелки для подачи следует подогревать до 40-45°С.

Предложение и подача алкогольных напитков. Вкусовые качества алкогольных напитков раскрываются при их удачном сочетании с потребляемыми блюдами. Поэтому необходимо знать основные принципы сочетаемости напитков с блюдами:

к закускам рекомендуется подавать крепкие спиртные напитки (водку, настойки), а также крепкие вина. К некоторым горячим (сосиски, раки) и холодным закускам (сыр, крабы) подают пиво;

к горячим блюдам из светлого мяса (свинина, телятина, курица) подают светлые (белые) столовые сухие вина;

к горячим блюдам из темного мяса (говядина, баранина, дичь, мясо диких животных, утка, гусь) подают темные (красные) столовые вина;

к рыбным блюдам подают белые столовые сухие вина, характеризуемые полнотой, гармоничностью, легкостью и свежестью вкуса, обладающие малой экстрактивностью;

к овощным блюдам и зелени рекомендуют столовые полусладкие белые и красные вина, имеющие приятную свежесть, нежный вкус, пониженную кислотность;

к сладким блюдам и фруктам рекомендуют шампанское и десертные вина. К слишком сладким блюдам не следует подавать сладкие вина;

если блюдо готовится в вине, то именно с этим сортом вина его надо подавать;

местные блюда хорошо дополняются местными винами;

вином ни в коем случае не следует запивать салаты с приправой на уксусной основе, мясо под соусом "карри" и сладкие

блюда на шоколадной основе, поскольку эти вкусы дисгармонируют или даже подавляют друг друга;

к черному кофе подают коньяк или ликер. Коньяк также хорошо сочетается с лимоном, чаем, фруктами;

при большом ассортименте вин, подаваемых к столу, марочные вина следует подавать после ординарных, сладкие десертные и ликерные после сухих и полусладких, крепленые вина после слабоалкогольных, красные после белых.

Вкусовые и ароматические вещества напитков приобретают наиболее выраженный характер при отпуске их в стеклянной посуде соответствующих формы, емкости и цвета. Емкость посуды зависит от крепости напитка: чем он крепче, тем меньше должна быть емкость. Вся винная посуда должна быть из бесцветного стекла, чтобы гость мог оценить цвет и прозрачность вина.

Решающим условием для наиболее полного выявления вкусовых качеств алкогольных напитков является соблюдение определенной температуры при их подаче.

При предложении алкогольных напитков необходимо учитывать и время года. В жаркие дни следует рекомендовать белые сухие вина, обладающие освежающим вкусом, зимой - красные столовые крепкие вина, коньяки.

При подаче алкогольных напитков следует помнить, что напитки для группы гостей подают в бутылке, для одного гостя - в графине соответствующей емкости. Для того чтобы было легко разливать, графин следует наполнять на 3/4 объема.

Прежде чем поставить бутылку с заказанным напитком на стол, официант должен показать ее гостю. Для этого необходимо, чтобы бутылка была обращена этикеткой к гостю, что позволит ему убедиться в правильности выполнения заказа. Открывать бутылку можно только в присутствии и с разрешения гостя.

После показа бутылки и ее открытия официант наливает гостю пробный глоток. Подняв рюмку (бокал) против света, гость имеет возможность проверить цвет и прозрачность вина. По аромату он определяет его букет. Получив согласие, официант наполняет рюмки (бокалы) всех присутствующих за столом гостей и последним - рюмку (бокал) хозяина застолья. При обслуживании большой группы гостей пробный глоток хозяину (организатору) не наливают.

В водочные, мадерные и рейнвейные рюмки напиток не доливают на полсантиметра. Лафитные рюмки и бокалы для шампанского заполняют на 2/3, фужеры - наполовину.

Официант вновь наполняет только полностью освободившиеся рюмки, бокалы, фужеры. Для того чтобы долить невыпитый до конца напиток, необходимо прежде получить на это согласие гостя.

Предложение и подача безалкогольных напитков. Минеральная вода и газированные безалкогольные напитки должны быть охлаждены до 4-6 "С, так как при этом они приобретают более приятный вкус и лучше утоляют жажду. Бутылки с напитками официант приносит в руке или на подносе и открывает только в присутствии гостя. Получив разрешение гостя, напиток наливают в фужер до половины или на 1/3.

Охлажденную воду со льдом подают в кувшинах или графинах, при индивидуальном обслуживании - в стакане конической или цилиндрической формы.

Соки, квас, морс, прохладительные напитки собственного производства подают в кувшинах, наливают в конические стаканы или фужеры. К томатному и овощным сокам подают отдельно соль и черный перец.

Предложение и подача горячих напитков. Горячие напитки (чай, кофе, какао, шоколад) оказывают тонизирующее воздействие на организм человека, повышают его работоспособность. Их подают на завтрак, обед, ужин. Специальное обслуживание также заканчивается чашкой кофе или чаю. Температура подачи горячих напитков - 75 С.

Чай рекомендуется подавать в фарфоровом чайнике. Это позволяет лучше сохранить аромат и температуру напитка. Можно подавать чай в чашках или чайных стаканах с подстаканниками.

Подача кофе зависит от способа приготовления. Кофе черный можно готовить в кофейнике по числу указанных порций. Для сохранения температуры его следует, переносить в кофейнике и разливать на подсобном столе или непосредственно гостям в чашки. Кофейник с оставшимся кофе ставят на стол с правой стороны гостя. Кофе можно подавать в чашках с блюдцами. При этом официант к гостю подходит справа и ставит перед ним чашку с блюдцем.

При подаче кофе с молоком или сливками рекомендуется пользоваться кофейниками, в которых подают кофе, и молочниками или сливочниками. Сахар подают на розетке или в сахарнице.

Знание основных правил сервировки стола. Слово "сервировка" в переводе с французского "servier" означает, с одной стороны, подготовку стола к приему пищи, то есть расстановку посуды в определенном порядке, а с другой стороны, совокупность предметов (посуды, приборов, столового белья), предназначенных для этой цели.

Сервировка стола - процесс творческий, отличающийся многовариантностью и зависящий от целого ряда факторов:

времени принятия пищи;

ассортимента блюд, имеющихся в меню и способа их приготовления;

категории предприятия питания;

методов обслуживания;

видов сервиса и других факторов.

При использовании предметов сервировки необходимо соблюдать определенные правила, в общем сводящиеся к тому, что используемые столовая посуда и приборы должны быть всегда почищены до блеска и каждый элемент сервировки должен иметь на столе свое место. Начинают сервировку с расстановки посуды из фарфора, затем раскладывают приборы, ставят посуду из стекла или хрусталя. Завершается сервировка размещением салфеток, после чего на столы ставят приборы со специями и вазы с цветами. Ориентиром в распределении предметов сервировки тужат складки на скатерти или расположение кресел, которые обычно ставят по количеству гостей с интервалом не менее 30 см. Дли того чтобы гости чувствовали себя удобно и официантам било легко их обслуживать, на каждое место при сервировке стола в зале предусматривают 60-70 см при повседневном обслуживании и 80-100 см при обслуживании банкетов.

В самом общем плане различают два вида сервировки: предварительную и исполнительскую. Предварительную сервировку стола выполняют в процессе подготовки зала ресторана к обслуживанию. Она включает минимальное количество предметов, которые могут быть использованы при выполнении заказа.

Исполнительская сервировка стола - сервировка, которую производят по заранее известному меню заказа, обычно при обслуживании банкетов и других мероприятий.

Предварительная сервировка стола для завтрака предполагает наличие пирожковой тарелки, закусочного прибора, чайной ложки, фужера, салфетки. В зависимости от предлагаемого меню может быть еще нож для масла и закусочная тарелка. Такая сервировка включает минимальный набор предметов (рис.1).

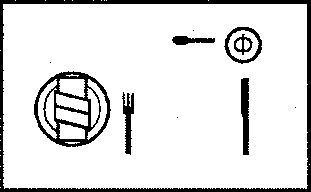


Рис.1. Сервировка стола для завтрака

Предварительная сервировка столов в дневное время включает пирожковую тарелку, столовый прибор, фужер, салфетку.

Во время обеда по меню заказных блюд сервировка включает пирожковую, закусочную тарелки, закусочный и столовый приборы, фужер, салфетку (рис.2).

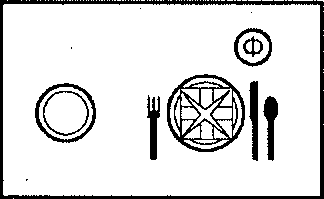


Рис.2 Сервировка обеденного стола

Для обслуживания в вечернее время по меню заказных блюд дополнительно получают посуду и приборы. Столы предварительно сервируют пирожковыми и закусочными тарелками, установленными на мелкие столовые, закусочными и столовыми приборами (без ложки), салфетками, фужерами, приборами для специй, вазочками с цветами (рис.3).

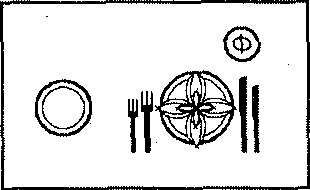


Рис.3. Сервировка стола для ужина

При сервировке закусочные и столовые тарелки расставляются на столе на расстоянии 2 см от его края (напротив центра каждого кресла). Слева от закусочных или мелких столовых на расстоянии 5-10 см ставят пирожковые тарелки, при этом их центр должен находиться на одной линии. Те столовые приборы, которые принято укладывать с правой стороны тарелки, располагают в направлении слева направо; приборы, которые принято укладывать с левой стороны тарелки, размещают в направлении справа налево. Гость берет приборы в обратном порядке.

При расстановке посуды из стекла один из предметов всегда ставят у кончика ножа столового прибора. В тех случаях, когда предусматривается сервировка несколькими предметами из стекла (фужер, рюмки разных емкостей), расположение каждого из них определяется последовательностью подачи блюд и напитков. И для гостей и для официантов удобно, когда рюмки для напитков, поданных к закуске, стоят впереди, а рюмки, стаканы, предназначенные для использования во время десерта, - за ними. Фужеры и рюмки могут устанавливаться по диагонали. Допускается также размещение их треугольником.

В результате можно сформулировать следующие общие правила:

основной емкостью является рюмка, которая предназначена для напитка, подаваемого ко второму блюду;

не следует сервировать стол более чем тремя предметами из стекла;

при подаче напитков, заказанных дополнительно, официант подает к ним другие рюмки, фужеры и т.д.

Основные правила сервировки столов не являются чем-то незыблемым. Каждый официант, руководствуясь ими, может проявить творческий подход к решению вопроса и предложить свой вариант расположения столовых приборов и посуды. Однако он должен быть целесообразным и создавать максимальные удобства для гостей.

# 3. Обслуживание в гостиничных номерах

Понятие "обслуживание в номерах" какое-то время употреблялось по отношению ко всякому обслуживанию гостевых комнат отеля. В настоящее время оно используется в более узком смысле - подача еды и напитков в номера. Желая конкретизировать этот вид обслуживания, отдельные гостиницы используют и такие понятия, как "завтрак в номере", "обед в номере", "ужин в номере".

Обслуживание в гостиничных номерах требует особой под готовки персонала. Оно связано не только с выполнением пожеланий гостей, сервировкой стола, последовательностью подами блюд, техникой обслуживания, но и с правилами поведения персонала в номере.

Клиенты гостиниц делают заказы по телефону непосредственно метрдотелю, а также горничным, поддерживающим с метрдотелем постоянную связь. В крупных гостиницах заказы может принимать дежурный или старший официант.

При принятии заказа в обязательном порядке необходимо учесть и зафиксировать следующие данные;

номер комнаты, в которую следует подать завтрак, обед пни ужин;

количество обслуживаемых гостей;

подробное наименование и количество заказанных блюд, закусок, напитков;

время подачи заказа.

Приняв заказ, метрдотель передает его непосредственным исполнителям: официанту, работникам кухни.

Для обслуживания в гостиничных номерах используется специальная столовая посуда и приборы (металлические глубокие блюда с крышками, металлические кофейники, чайники, сливочники, различные подставки, приборы и оборудование для подогрева и поддержания температуры горячих блюд и напитков непосредственно в номере), подносы прямоугольной формы, сервисные тележки различных конструкций, легкие складные портативные столы.

Существуют специальные правила обслуживания гостей в номерах:

Заказ (завтрак, обед, ужин) должен подаваться либо на подносе, либо на передвижной сервисной тележке или столике. К случае использования подноса официант должен нести его в новой руке. Правая рука должна оставаться свободной, чтобы открыть или закрыть дверь, переставить какой-либо предмет на подносе и т.д. При движении по коридору или переходам поднос держат у плеча и только перед входом в номер его опускают на уровень груди.

В номер необходимо предварительно постучать и войти после получения разрешения.

Следует поздороваться с гостем (гостями).

Если гость собирается завтракать в кровати, поднос ему необходимо подать со стороны. Если в кровати завтракают два человека, для каждого подают отдельный поднос.

При сервировке заказа (завтрака, обеда, ужина) для одного человека все ставится на подносе в таком же порядке, как на столе в ресторане.

Если гость собирается кушать за столом в номере или на балконе, то стол следует застелить скатертью. Поднос можно поставить на стол или переставить все с подноса на стол.

В номере официант не должен задерживаться дольше, чем требуется. Разговаривать с гостем можно только в том случае, если он о чем-нибудь спросит сам. В любой ситуации официант должен соблюдать деликатность.

# 4. Условия питания и методы обслуживания

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов обычно предлагаются следующие условия питания:

полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед и ужин) - Full Board (FB);

полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) - Half-Board (HB);

только завтрак, то есть одноразовое питание - Bed and Breakfast (BB).

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) - All inclusive (все включено в стоимость).

Во всех гостиницах особое внимание уделяется сервису завтраков. С завтрака начинается день гостей, и от его организации во многом зависит, будет ли начало дня для гостей хорошим или плохим. В отличие от обеда и ужина, на завтрак приходят практически все гости, проживающие в гостинице. В этой связи необходимо уделять внимание следующим моментам:

помещение, в котором организуется завтрак, должно быть чистым и хорошо проветренным;

несмотря на раннее время (завтрак может начинаться уже с 6.00 часов) сотрудники должны быть бодрыми и проявлять активность;

должен быть обеспечен бесперебойный процесс обслуживания.

Различают следующие виды завтраков:

Континентальный завтрак. Название происходит из английского языка (continental breakfast) и описывает завтрак, принятый на европейском континенте уже многие десятилетия. В настоящее время не является единственным видом завтрака, используемым в гостиницах разных стран. Континентальный завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом. Во многих странах Европы континентальный завтрак входит в цену размещения в гостинице.

Расширенный завтрак. Этот вид завтрака получил распространение в Европе с середины 60-х годов. В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются: соки (апельсиновый, грейпфрутовый, томатный), блюдо с нарезанной ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья. Во время завтрака чаще всего организован буфетный сервис или официант приносит блюдо с мясной нарезкой, раскладывает по тарелкам и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц приготавливаются по индивидуальным заказам.

Английский завтрак. В классическом варианте английский завтрак начинается с утреннего чая или кофе (возможно горячего шоколада), принесенного в номер. Он также включает сахар, булочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Этот так называемый "short breakfast" (короткий завтрак) может дополняться блюдами из яиц (яичницей с ветчиной или беконом, яйцами, жаренными на хлебе, омлетом с ветчиной или шампиньонами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых (овсяной кашей или супом на молоке или на воде с сахаром либо солью). Английский завтрак сервируется таким же образом, как и расширенный завтрак. Если гость вместо блюд из яиц заказывает рыбное блюдо или овсяную кашу, то дополнительно сервируется прибор для рыбы или столовая ложка.

Американский завтрак. При американском завтраке дополнительно предлагается: обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с молоком или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог и др.

Завтрак с шампанским. Время предоставления этого завтрака - с 10.00 до 11.30. Предполагается кофе, чай, алкогольные напитки (шампанское, вино), небольшие холодные закуски и горячие блюда, супы, салаты, десерты. Форма предложения - буфет. Завтрак с шампанским подается, как правило, по официальному поводу.

Поздний завтрак. Время предоставления - 10.00-14.00. Используются составные элементы, входящие как в завтрак, так и в обед: горячие и холодные напитки, булочки, масло, джем, колбаса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты. Форма предложения - буфет. Представляет альтернативу завтраку и обеду.

Кроме перечисленных видов завтрака, следует учесть особые привычки французских, голландских, швейцарских, австрийских, скандинавских и других гостей.

При организации завтраков, обедов и ужинов используются различные методы обслуживания:

обслуживание "а ля карт";

"а парт";

"табльдот";

шведский стол;

буфетное обслуживание.

Обслуживание "а ля карт " (a la carte). Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков.

В данном случае уместно говорить о суггестивном сервисе (суггестия - внушение). Умение внушить гостю идею заказать то или иное блюдо или напиток - мощное средство увеличить прибыль ресторана. Элементы суггестивного сервиса нисколько не обижают клиентов и даже, наоборот, клиенты довольны, что официант что-то им советует, стараясь угодить их вкусам и пристрастиям. Часто официант может посоветовать попробовать какое-то блюдо, о котором гость просто никогда не слышал и не знает, что это такое. Советы же о том, какие вина сочетаются с блюдами, заказанными гостями, всегда принимаются с благодарностью, поскольку в таких вещах мало кто сведущ. Цель суггестивного сервиса - превратить обслуживающий персонал в умелых продавцов ресторанных услуг, в совершенстве знающих свой товар.

Несмотря на то что метод "а ля карт" считается самым трудоемким, в настоящее время он является и самым распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей.

"А парт" (apart). При данном методе обслуживания гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

"Табльдот" (table d'hote). Отличается от "а парт" тем, что все гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом. Часто используется в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения, где производственные мощности и возможности кухни достаточно ограничены.

Шведский стол. Представляет широкий выбор блюд со свободным доступом: можно взять все, что угодно, из того, что предложено и выставлено. Это может быть и довольно скудный набор (джем, хлеб, масло, 2-3 сорта колбасы и сыра, один вид сока, чай, кофе), и по-настоящему обильный стол с многочисленными блюдами. Все зависит как от категории отеля, так и от страны.

Данный метод обслуживания имеет ряд преимуществ:

увеличивает пропускную способность ресторанного зала;

ускоряет процесс обслуживания;

требует меньшей численности квалифицированного персонала и т.д.

Все категории гостей с одобрением воспринимают этот метод обслуживания, поскольку он позволяет выбирать себе пищу по вкусу и в количестве, удовлетворяющем аппетит.

Буфетное обслуживание. Буфеты предполагают самообслуживание гостей. Обслуживающий персонал пополняет ассортимент блюд и закусок, приносит дополнительные порции, дает гостям советы при выборе еды, открывает бутылки с напитками, готовит чай или кофе, убирает использованную посуду и приборы. Ассортимент буфетной продукции зависит от условий ее приготовления и отпуска и может быть самым разнообразным: прохладительные и горячие напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия, молочнокислые продукты, фрукты, всевозможные бутерброды, закуски и т.д.

В последнее время данный метод обслуживания стал популярен при организации завтраков (так называемый завтрак-буфет). Также он широко используется при обслуживании участников конференций, симпозиумов, совещаний, переговоров.

# 5. Виды сервиса

В зависимости от контингента обслуживаемых гостей, категории и оснащения предприятий питания используются различные виды сервиса. Наиболее распространенными считаются сервисы:

французский;

английский;

американский;

русский.

При всех видах сервиса обслуживание осуществляется официантами.

Французский сервис. Этот вид сервиса обычен для ресторанов высокой кухни, где он подчеркивает элегантность обслуживания. Французский сервис считается самым впечатляющим и дорогостоящим в мире. Большое блюдо с разложенной на нем пищей демонстрируется гостям. При этом учитывается визуальное восприятие человеком красиво сервированной пищи, что несомненно возбуждает аппетит. Подходя с левой стороны, официант накладывает пищу с блюда в тарелки гостей. Существует и такой вариант французского сервиса, когда официант предлагает блюдо гостю, который обслуживает себя сам.

Для французского сервиса необходима целая бригада обслуживающего персонала, в составе которой должны быть:

менеджер ресторана (фр. maitre d'hotel);

старший официант (фр. chef de rang), ответственный примерно за четыре столика. Он встречает гостей, дает пояснения по поводу меню и принимает заказ, следит за оперативностью обслуживания и лично раскладывает пищу по тарелкам гостей, нарезает мясо и т.д.;

помощник старшего официанта (demi chef de rang) - принимает заказы на напитки, подает блюда;

официант, подающий воду (commis de rang). Он также передает заказы на кухню, привозит оттуда тележки с едой, убирает со стола;

официант по винам (sommelier).

Французский вид сервиса может быть использован как при обслуживании отдельных столиков, так и банкетных столов.

Преимущества французского сервиса:

постоянный контакт с гостями;

гость определяет сам желаемый объем еды.

Недостаток французского сервиса - высокая трудоемкость.

Английский сервис (обслуживание с приставного столика). При этом методе официант накладывает пищу на тарелку гостя на приставном столике, затем подает ее с правой стороны. Если требуется добавка, официант использует чистую тарелку. При этом меняется также столовый прибор. Этот вид сервиса является трудоемким, поэтому он рекомендуется только для обслуживания отдельных столиков.

Параллельно с термином "английский сервис" употребляется термин "gueridon". Продукты накладываются на сервировочное блюдо, которое ставится на столик с колесиками. Столик подвозится к столу, за которым сидит гость. Гость сам выбирает порцию и официант начинает оформлять блюдо у него на глазах.

Преимущества английского сервиса:

идеальный контакт с гостями;

свобода движений для обслуживающего персонала.

Недостаток английского обслуживания - большие затраты времени.

Американский сервис. Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности.

Преимущества американского сервиса:

низкая трудоемкость;

требуется мало персонала.

Недостатки американского обслуживания:

слабый контакт с гостем;

установленный объем порций.

Немецкий сервис. Еда раскладывается на большое блюдо и ставится на стол на доступном от гостя расстоянии, чтобы он мог обслужить себя сам.

Преимущества немецкого сервиса:

гость сам определяет желаемый объем еды, берет добавку;

низкая трудоемкость.

Недостаток немецкого сервиса - использование большого количества посуды, так как все блюда должны сервироваться отдельно.

Русский сервис. Еда приносится на сервировочном блюде. Официант на глазах у гостей разделяет ее на порции, далее гости сами перекладывают эти порции в тарелки.

Преимущество русского сервиса - гость сам определяет желаемый объем еды.

Недостатки русского сервиса:

высокая трудоемкость;

при перекладывании еды неопытными гостями нарушается вид блюда.

# 6. Обслуживание банкетов

Одним из важнейших требований, предъявляемых к гостиницам делового назначения, является обеспечение возможности банкетного обслуживания. Для этого в составе помещений предприятий питания, находящихся в гостиничном комплексе, наряду с основным ресторанным залом, должны быть специальные банкетные залы (возможно, несколько залов различной вместимости и для разных видов банкетов), а также необходим персонал, обладающий соответствующими знаниями и практическими навыками.

Банкеты проводят как торжественный завтрак, обед или ужин. Поводом для этого может быть юбилей, товарищеская встреча, семейное торжество. Наиболее частыми являются банкеты, проводимые общественными, партийными, научными и деловыми организациями по случаю окончания различных встреч, переговоров, конференций, совещаний и других мероприятий.

Банкеты можно классифицировать следующим образом:

1) по способу организации приема пищи за столом - сидя или стоя;

2) по участию персонала в обслуживании:

полное, когда все операции (получение продукции, доставка ее в зал, подача блюд и напитков, уборка посуды и т.д.) осуществляют официанты, что обеспечивает более высокую культуру обслуживания;

частичное, когда ряд функций передается гостям (перекладывание пищи, наполнение бокалов), что позволяет ускорить процесс обслуживания, сократить численность обслуживающего персонала;

3) по ассортименту блюд и напитков:

общего назначения;

банкет-чай;

банкет-коктейль;

фуршет-буфет.

Организация любого банкета включает прием и оформление заказа, подготовку к проведению банкета, обслуживание. Организованная, четкая работа по подготовке к обслуживанию банкета зависит от того, насколько подробно и своевременно оговорены все детали проведения банкета между заказчиком и руководством ресторана. Поэтому желательно, чтобы тот, кто будет непосредственно руководить подготовкой банкета и обслуживанием гостей, был подробно информирован об особенностях данного заказа.

Заказы на обслуживание банкетов принимает непосредственно директор, метрдотель или менеджер по обслуживанию банкетов. Заказ может быть сделан письменно или устно (по телефону, в результате визита). В любом случае должны быть согласованы:

дата проведения;

повод для устройства банкета;

место проведения (наименование или номер банкетного зала);

время начала и окончания обслуживания;

количество участников;

примерное меню;

стоимость обслуживания одного человека и всего банкета;

условия оплаты;

адрес и телефон заказчика.

При приеме заказа на банкетное обслуживание заказчику предлагают познакомиться с помещением для банкета, согласовывают с ним план расстановки столов, места почетных гостей (если это банкет за столом, то план размещения гостей за каждым столом в отдельности, исходя из нормы 60-80 см на одного человека), примерное оформление банкетного зала.

При заказе уточняется, будет ли подан гостям коктейль-аперитив, нужны ли цветы для украшения, музыка во время банкета и место для танцев.

Очень важно, чтобы сотрудники, занимающиеся сбытом банкетных услуг, были обеспечены соответствующими техническими и наглядными средствами, например такими, как:

цветные слайды, фотографии разнообразных по уровням цен и комплектаций буфетов, холодных закусок, горячих и холодных блюд, предлагаемых в меню;

изображение различных расстановок столов и стульев;

возможности технического оснащения мероприятий компьютерами, сценой, танцплощадкой, освещением, микрофонами, музыкальными инструментами;

фотографии, видеофильмы проведенных мероприятий.

Заказ на банкет может быть принят за много дней до его проведения. Несмотря на то, что примерное меню блюд оговаривалось при принятии заказа, обычно его согласовывают с заказчиком повторно за 2-4 дня до банкета.

При обсуждении меню рекомендуется приглашать шеф-повара. Специалист в "поварской униформе", внося определенный уровень доверия, способствует лучшему сбыту своей продукции, чем руководитель банкетного отдела.

При обслуживании банкетов, проводимых по особому поводу (дни рождения, свадьбы, производственные праздники, юбилеи), должны составляться соответствующие мероприятию программы.

При организации официальных банкетов-приемов вопросу размещения участников банкета за столом, а следовательно, и очередности их последующего обслуживания придается особое значение. Должны соблюдаться следующие правила размещения гостей за столом:

первым считается место справа от хозяйки приема банкета, вторым - справа от хозяина;

в отсутствии женщин первым считается место справа от хозяина приема банкета, вторым - слева от него;

гость высокого ранга может сидеть напротив хозяина, в этом случае вторым будет место справа от хозяина;

если хозяйка приема банкета отсутствует, ее место может занять одна из приглашенных женщин.

На банкетном столе согласно плану размещения гостей к прибору каждого участника банкета-приема, как правило, кладется карточка, в которой указываются фамилия и инициалы, а иногда и звания приглашенных.

При подготовке к проведению банкета необходимо определить число официантов и других работников, требующихся для его обслуживания. Необходимое число официантов определяется в зависимости от сложности меню, частоты смены приборов, удаленности банкетного стола от раздачи, сервизной, посудомоечной, буфетов, расположения подсобных столов, обеспеченности посудой и т.п.

Непосредственно в день банкета менеджер или метрдотель проводит с официантами инструктаж, во время которого сообщает им, кто и в честь кого или какого события устраивает банкет, уточняет время начала банкета, количество и примерный состав его участников по национальности, полу, возрасту и т.д., знакомит официантов с планом расстановки столов, количеством гостей за каждым из них и планом размещения участников банкета за столом, сообщает меню блюд и напитков, особенности сервировки банкетного стола, уточняет, будет ли подан аперитив, какие напитки и закуски подавать во время аперитива, сколько он будет продолжаться, где подавать кофе и чай, сколько кофейных столов придется обслуживать.

# 7. Характеристика и виды меню

Важнейшим элементом управления процессами обслуживания гостей на предприятиях питания является меню. Его образно называют "полномочным представителем" ресторана, осуществляющим постоянную связь предприятия с гостями.

Меню - это перечень расположенных в определенной последовательности закусок, блюд и напитков, которые имеются

на предприятии (в ресторане, кафе, баре) в течение всего времени работы залов. При составлении меню должна учитываться следующая последовательность предложения блюд:

Фирменные блюда.

Закуски (холодные и горячие).

Супы.

Основные блюда (отдельно рыбные, мясные, вегетарианские).

Сладкие блюда.

Напитки (безалкогольные, горячие, алкогольные).

При большом выборе напитков рекомендуется составить их отдельное меню. Предложение напитков оказывает решающее значение на успех работы большинства предприятий питания. Поэтому очень важно привести в меню правильный выбор напитков, при этом максимально учесть желания гостей.

Напитки обычно делят на две большие группы: алкогольные и безалкогольные.

Алкогольные напитки в свою очередь подразделяются на три подгруппы: вина, пиво, спиртные напитки.

Перечень напитков в меню осуществляется в следующей последовательности:

Вина: отечественное белое, отечественное красное, импортное белое, импортное красное, шипучие игристые вина, южные вина;

Аперитивы: белый вермут, красный вермут, горький аперитив, анисовый аперитив и т.д.

Крепкие спиртные: водка, напитки, ликеры, виски (шотландские, ирландские, бурбон, канадские), джин, ром, бренди, коньяк, кальвадос и т.д.

Пивоотечественное, импортное;

Смешанные напитки: коктейли;

Безалкогольные: минеральная вода, напитки, лимонады, соки;

Горячие напитки: кофе, чай, молоко.

В последние годы в сознании людей укоренилась мысль, что минеральная вода - составная часть хорошей еды. Предлагая в меню минеральную воду, следует представить:

местную природную минеральную воду;

национальную природную минеральную воду;

минеральную воду международного значения (Perrier, Evian);

минеральную воду без газов;

родниковую воду;

столовую воду (Bonaqua).

В меню напитки могут быть также разделены:

по форме предложения (розлива) - с использованием бокалов, фужеров, рюмок; в закрытом графине; в бутылках;

по возрасту - сначала указываются "молодые" вина (ординарные), затем выдержанные;

по размерам цен - сначала указываются дешевые вина, затем дорогие.

Дополнительно в меню могут содержаться описания вкусовых качеств напитков. К примеру, для вина: букет нежный, тонкий, богатый; вкус полусладкий, сладковатый, сладкий, кисловатый, терпкий, с горчинкой и т.д. Однако подобными рекомендациями не стоит злоупотреблять, так как после пробы напитка у гостя может возникнуть впечатление, что указанные качества не соответствуют действительности.

При составлении меню следует различать ширину и глубину предложения блюд и напитков.

Под шириной предложения понимается большой выбор самых разнообразных блюд и напитков: мясных блюд из дичи, птицы, свинины, телятины, рыбных блюд из морской и речной рыбы, вегетарианских, мучных блюд, горячих, алкогольных, безалкогольных напитков. Глубина ассортимента предполагает наличие вариантов блюд из определенного продукта. Глубокий ассортимент предлагают специализированные предприятия - рыбные, молочные, вегетарианские рестораны, пиццерии, пельменные.

В зависимости от контингента обслуживаемых гостей, типа и мощности предприятия питания, применяемых форм и методов обслуживания и других факторов различают следующие виды меню.

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

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

Меню "дю жур " (du jour) - меню дежурных (дневных) блюд.

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

Калифорнийское меню. В некоторых калифорнийских ресторанах можно заказать любое блюдо в любое время суток.

Большинство ресторанов имеют заранее определенные меню, которые не меняются день ото дня. Такие меню называются статичными. Содержание статичных меню может меняться только по причине включения в него сезонных продуктов либо замены блюд, не пользующихся спросом.

Противоположностью статичному меню является цикличное меню. Оно предлагает определенный перечень блюд и напитков, который повторяется через какой-то период.

Составление меню

Составление меню считается сложным делом. Это одновременно наука и искусство, требующие большого практического опыта и учета разнообразных факторов, к которым прежде всего относятся:

предпочтения гостей;

численность и квалификация персонала;

наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность;

наличие и свежесть необходимых ингредиентов.

При составлении меню также учитывают результаты качественного анализа меню

Предпочтения гостей. Меню составляется с мыслями о гостях, а не о том, что любит владелец и может приготовить шеф-повар. Меню должно соответствовать профилю и концепции ресторана. Например, если концепция обращена к широкому кругу гостей со средним достатком, то в меню обязательно должен быть предусмотрен широкий (но не глубокий) ассортимент блюд и напитков со средним уровнем цен на них. Причиной успеха многих известных предприятий питания явилось то, что они смогли сфокусировать свои концепции на вкусах и пожеланиях гостей, прежде всего получивших отражение в меню.

Численность и квалификация персонала. Учет данного фактора позволяет ответить на вопросы:

Достаточна ли численность персонала для того, чтобы справиться с потоком заказов в часы пик?

Соответствует ли профессиональное мастерство персонала (поваров, официантов) ожиданиям гостей?

Извечной проблемой для всех предприятий питания является рациональное распределение рабочей нагрузки в течение дня, в особенности, когда предприятие предлагает широкий ассортимент блюд и напитков. В решении этой проблемы огромное значение уделяется расчету потребности в персонале обслуживания и построении рабочего графика, максимально учитывающего всплески и спады активности гостей.

Определяющим показателем профессионального мастерства и квалификации персонала является его соответствие условиям конкретного предприятия, имеющего меню с определенным числом блюд определенной сложности и обслуживающего определенное число гостей. В современных больших ресторанах высокое качество блюд и быстрота обслуживания достигаются за счет глубокой специализации выполнения производственных процессов. К примеру, классическая кухонная бригада (Le service de cuisine), состав которой продумал еще Жорж Агюст Эскофье (1847-1935), включает в себя:

шеф-повара (фр. maitre saucier);

заместителя шеф-повара (sous chefs). Поскольку шеф-повар тратит много времени на административную работу, повседневное руководство рабочими сменами приходится осуществлять его заместителю. В зависимости от размера предприятия может быть несколько заместителей: один или два отвечают за дневную смену, один - за вечернюю, один - за банкеты и т.д.;

сменного повара (chef de rartie);

специалиста по соусам (saucier);

специалиста по жаркому (rotisseur). Готовит жареные и тушеные блюда из мяса, птицы, рыбы, гриль, шашлыки;

специалиста по супам;

специалиста по холодным мясным закускам (qarde manqer). Обрабатывает сырое мясо, делает холодные закуски, паштеты, салаты;

банкетного повара. Готовит по меню банкетов;

специалиста, занимающегося приготовлением сладких блюд, всевозможной выпечки (patissier);

специалиста по приготовлению овощных блюд и гарниров (entremetier).

Широкий выбор напитков, предлагаемых в меню, требует наличия в бригаде официантов специалиста по винам (фр. sommelier).

Наличие разнообразного кухонного оборудования и его мощность. При составлении меню очень важно учесть этот фактор. Проблема учета мощностей обусловлена широким разнообразием блюд в меню, приготовление которых требует сложной технологии и соответствующего оборудования.

Во время функционирования ресторана, кафе, бара перестройка кухонного оборудования обходится очень дорого. В этом случае проще изменить меню, приспособив его к уже имеющемуся оборудованию. Меню должно быть составлено так, чтобы равномерно задействовать имеющиеся мощности. Меню, которое перегружает определенную часть оборудования, например гриль, бройлер или фритюр, снижает его производительность, замедляет обслуживание и делает контроль за качеством более затруднительным.

Тенденции 70-80-х годов двадцатого столетия, среди которых главной было стремительное развитие цепей предприятий общественного питания, привели к тому, что к разработке и подготовке меню стали относиться как к серьезной науке. Меню было положено в основу строительства и поставки оборудования. Предприятия стали закупать и устанавливать строго определенное оборудование, необходимое для приготовления блюд, предусмотренных в меню.

Наличие и свежесть необходимых ингредиентов. Большинство ингредиентов, необходимых для приготовления блюд, должны иметься в наличии круглый год. Клиентов важно правильно проинформировать о том, из каких продуктов были приготовлены блюда: из свежих, замороженных, консервированных, сушеных и т.д. Следует также иметь в виду, что одни и те же блюда в разное время года имеют различные цены, что прежде всего обусловлено сезонными изменениями цен на продукты (к примеру, свежие овощи и фрукты намного дешевле летом и осенью, чем зимой и весной).

Качественней анализ и оптимизация меню. Цель качественного анализа меню состоит в том, чтобы сократить ассортимент предлагаемых блюд, оставив лишь те, которые пользуются наибольшим спросом и приносят высокую прибыль. Меню не должно представлять кулинарный справочник.

Известны несколько классических методов анализа меню. Один из старейших методов был предложен Джеком Миллером. В основе его анализа лежит разделение ассортимента блюд на две группы:

блюда, пользующиеся спросом клиентов;

блюда, не пользующиеся спросом клиентов. Пользующиеся высоким спросом блюда Джек Миллер называл "победителями", несмотря на низкий процент рентабельности.

В 1985 году Хайесом и Гуфманом был предложен метод, в основе которого лежит ранжирование блюд в меню - присвоение каждому блюду индивидуального ранга в зависимости от прибыльности. Блюда первых трех рангов приносят наивысшую прибыль.

В основе других методов качественного анализа меню лежит разбивка ассортимента блюд на четыре основные группы (каждая - с наименьшими и наибольшими объемами спроса (продаж), прибылью и другими показателями), а затем оптимизация меню на основе сравнительного анализа.

Метод Миллера, разработанный в 1980 году, предполагает следующую матрицу: вертикальная ось координат - объем продаж, горизонтальная ось координат - себестоимость (в процентах). Лучшими ("лидерами") признаются блюда с наименьшей себестоимостью и большим спросом (объемом продаж).

В 1982 году профессором Вашингтонского университета Доналдом Смитом в учебном курсе "Инжиниринг меню" была предложена схема, состоящая из четырех позиций, оценивающих каждое блюдо в меню. Блюда, занимающие наилучшую позицию, называются "звездами". Они обладают высокой валовой прибылью (горизонтальная ось координат) и самым высоким объемом продаж (вертикальная ось), причем валовую прибыль Смит определяет как разницу между ценой и себестоимостью - без учета объема продаж.

Противоположную (наихудшую позицию) в матрице занимают блюда "собачки".

В меню каждого предприятия обычно присутствуют все четыре позиции блюд: от "звезд" до "собачек". Менеджеры стремятся увеличить число "звезд" и вовсе избавиться от "собачек".

Однако на практике сделать это очень трудно, поскольку случается так, что сегодняшняя "звезда" завтра надоедает гостям и превращается в "загадку" или "рабочую лошадку". И наоборот, блюдо "загадка" превращается в очередную "звезду".

В 1983 году Дэвид Пэйвесик для анализа меню предложил руководствоваться комбинацией трех переменных: себестоимостью блюд, валовой прибылью, объемом продаж.

В предложенной матрице лучшие позиции - у блюд с низкой себестоимостью и высокой валовой прибылью (средневзвешенной), дополненной высоким объемом продаж.

Проводя сравнительный анализ меню по всем предложенным методам, в обязательном порядке необходимо учитывать следующие условия:

различные группы блюд в меню (закуски, основные блюда, десерты и т.д.);

время еды (ланч, ужин и т.д.) и форму обслуживания;

размер ресторана и тип управления;

период действия анализа.

Точность составления и внешние особенности оформления меню. Меню должно содержать перечень именно тех блюд, которые есть в наличии или могут быть приготовлены для гостей.

Внешний вид меню должен отражать рыночную концепцию, облик и дизайн предприятия. Палитра, используемая при оформлении меню, должна соответствовать цветовой гамме, используемой при отделке помещения ресторана. Размер и четкость шрифта определяются с учетом освещенности зала, так как слабое освещение в зале затрудняет гостям чтение меню.

Меню может быть напечатано на различных материалах: от тонкой бумаги разового пользования до специально выделанной кожи или пергамента. Однако чаще всего меню печатают на недорогой бумаге, которую потом вкладывают в прочную обложку длительного пользования.

Часто используется многоцветная печать с фотографиями (рисунками) предприятия, его залов, фирменных и национальных блюд. Несмотря на то что украшение карты меню помещением на ней фотографий блюд "звезд" или "загадок" широко используется в ресторанном бизнесе, отношение к этому специалистов неоднозначно. Так, французские специалисты склоняются к тому, что всякие картинки и фотографии на карте меню ни к чему. Клиент должен вообразить блюдо, а не рассматривать его на фотографии.

Часто в меню используется описание блюд. В данном случае важно указать ингредиенты, которые хочет подчеркнуть шеф-повар. Простое перечисление названий блюд, пусть и оригинальных (к примеру "Кантата", "Эвлега", котлета "Варшава"), ничего не скажет клиенту. Если в Меню описания блюд отсутствуют, официант должен быть готов в устной форме рассказать об их составе и особенностях приготовления.

При составлении меню особое отношение требуется к предложению десерта. Десерт - это традиционный финал настоящей трапезы. В его точном кулинарном понимании это не просто завершающее блюдо стола. Смысл всякого десерта - не добавить сытости, а, наоборот, снять ощущение послеобеденной тяжести, не вызвать у клиента желание заснуть. Основное правило при предложении десерта следующее: выбор десертов должен быть небольшим, однако при этом не следует экономить место в меню. Совершенно недопустима в меню следующая запись: "Фрукты в ассортименте" или "Мороженое в ассортименте". Настоящий, хорошо и "вкусно" преподнесенный десерт в карте меню - это лицо ресторана. Как последнее блюдо десерт обязательно запоминается гостями.

В меню не допускается никаких исправлений от руки, подтирок, помарок.

При осуществлении заказа в ресторане пользуются определенными правилами подачи меню. Меню подают правой рукой с правой стороны гостя в раскрытом виде на той странице, где перечислены фирменные блюда или холодные закуски.

Если гостей двое - мужчина и женщина, то меню предлагают мужчине, который сам передает его даме. После того как дама сделает выбор, мужчина диктует заказ официанту.

Если пришла группа, меню подают старшему или старшей по возрасту.

Если в группе есть мужчины и женщины, то меню подают тому гостю, который обратился к официанту. Если гостей много, желательно принести несколько экземпляров меню.

Подав меню, официант должен предоставить время сделать выбор и подойти к столу вновь, когда гость положит меню на стол или пригласит его.

# Литература

1. Маллинз Л., Прис Д. Менеджмент и организационное управление. М., 2008.

2. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиничного бизнеса. М., 2009.

3. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. М., 2008.

4. Глухов С.Г. Менеджмент предприятия гостеприимства. М., 2008.