

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КАЛИНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

И. М. Титова

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ
ПРОИЗВОДСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ**

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины для студентов
магистратуры по направлению подготовки
19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания

Калининград
Издательство ФГБОУ ВО «КГТУ»
2022

УДК 64.024

Рецензент

кандидат технических наук, доцент кафедры технологии продуктов питания
ФГБОУ ВО «КГТУ» О. В. Анистратова

Титова, И. М.

Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студ. магистратуры по напр. подгот. 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания / И. М. Титова. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2022. – 44 с.

В учебно-методическом пособии по изучению дисциплины «Современные проблемы организация производства предприятий общественного питания» представлены учебно-методические материалы по освоению тем лекционного курса, включающие подробный план лекции по каждой изучаемой теме, вопросы для самоконтроля, материалы по подготовке к практическим занятиям для направления подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания.

Табл. 4, список лит. – 7 наименований

Учебно-методическое пособие рассмотрено и рекомендовано к опубликованию кафедрой технологии продуктов питания 21 ноября 2022 г., протокол № 4

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины рекомендовано к изданию в качестве локального электронного методического материала для использования в учебном процессе методической комиссией института агроинженерии и пищевых систем ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет» 30 ноября 2022 г., протокол № 12

УДК 64.024

© Федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Калининградский государственный
технический университет», 2022 г.
© Титова И. М., 2022 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	11
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	43

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия массового питания – динамично развивающаяся отрасль, с высоким уровнем зависимости от колебаний экономических параметров рынка. В последние годы появилось много альтернативных форматов, таких как пекарни, заведения быстрого питания и точки при АЗС. Важным трендом развития стали коллаборации производителей продуктов питания и ритейлеров. Ресторанная отрасль практически не консолидирована и достаточно сильно фрагментирована. Жизнеспособность заведения зависит от четкости позиционирования, более понятные и простые в исполнении концепции пользуются большей популярностью гостей.

Все больше IT проникает во все сферы индустрии питания. Электронное меню постепенно вытесняет меню на бумаге. Классическая карта вин, закусок и других блюд остается в ресторанах как вещь, скорее, статусная. Заведения попроще предпочитают экономить ресурсы: не тратиться на ежедневную санитарную обработку меню и регулярное обновление полиграфии. На столах размещены QR-коды, которые гость может отсканировать телефоном, чтобы увидеть все предложения и цены в электронном виде. QR-код ведет на сайт заведения или просто на pdf-файл, загруженный в облачное хранилище по типу Яндекс.Диска или Облако Mail.ru.

Изучаемая дисциплина направлена на рассмотрение проблем организации производства на предприятиях общественного питания.

Целью освоения дисциплины «Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания» является формирование теоретических и практических знаний в области организационно-управленческой деятельности предприятий общественного питания, анализа современных тенденций и проблематики организации производства в системе массового питания.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- знать основные нормативные и технические документы в области организации производства на предприятиях общественного питания, особенности технологии производства продукции на предприятиях общественного питания;

- уметь разрабатывать концепцию предприятия общественного питания, анализировать и оценивать результативность деятельности производства, организовывать документооборот производства на предприятии питания;

- владеть навыками организации процесса обеспечения ресурсами и функционирования производства продукции общественного питания.

Для успешного освоения дисциплины «Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания», студент должен активно работать на лекционных, лабораторных и практических

занятиях, выполнить курсовую работу, организовывать самостоятельную внеаудиторную деятельность.

Для оценивания поэтапного формирования результатов освоения дисциплины (текущий контроль) предусмотрены тестовые и практические задания, лабораторные работы. Тестирование, выполнение лабораторных работ и решение практических задач, обучающихся проводится на практических и лабораторных занятиях после изучения соответствующих тем. Тестовое задание предусматривает выбор правильного ответа на поставленный вопрос из предлагаемых вариантов ответа. Перед проведением тестирования преподаватель знакомит студентов с вопросами теста, а после проведения тестирования проводит анализ его работы. Перечень примерных тестовых и практических заданий и заданий к лабораторным работам представлен в фонде оценочных средств по данной дисциплине.

Промежуточная аттестация проводится в виде экзамена, к которому допускаются студенты, освоившие темы курса и имеющие положительные оценки, выполнившие и защитившие курсовую работу.

Для успешного освоения дисциплины «Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания» в учебно-методическом пособии по изучению дисциплины приводится краткое содержание каждой темы лекционного занятия, задания к выполнению практических занятий, перечень ключевых вопросов для организации самостоятельной работы студентов.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Осваивая курс «Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания», студент должен научиться работать на лекциях, практических и лабораторных занятиях и организовывать самостоятельную внеаудиторную деятельность. В начале лекции необходимо уяснить цель, которую лектор ставит перед собой и студентами. Важно внимательно слушать, отмечать наиболее существенную информацию и кратко ее конспектировать; сравнивать то, что услышано на лекции с прочитанным и усвоенным ранее материалом в области проблематики организации производства предприятий общественного питания, анализировать новую информацию и применять ее при выполнении практических и лабораторных заданий и сопряжения с другими знаниями профессиональной деятельности. При подаче лекционного материала необходимо обращать внимание на основные понятия, приводить примеры из производственной практики.

Тематический план лекционных занятий (ЛЗ) представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Объем (трудоемкость освоения) и структура ЛЗ

Номер темы	Содержание лекционного занятия	Кол-во часов ЛЗ
1	Особенности организации банкетов различных типов	2
2	Организация производства продукции общественного питания в курортно-гостиничном бизнесе. Кейтеринг	4
3	Оптимизация и модернизация технологических процессов производства продукции на предприятиях общественного питания	4
4	Организация работы обслуживающего и производственного персонала предприятий общественного питания	2
Итого		12

При объяснении нового материала лектор приглашает студентов к дискуссии, с целью оценить степень освоения материала, поэтому студенту рекомендуется проявлять активность и отвечать на вопросы лектора. Если на лекции студент не получил ответа на возникшие у него вопросы, он может в конце лекции задать эти вопросы лектору.

Тема 1. Особенности организации банкетов различных типов

Ключевые вопросы темы

1. Организация банкетов с полным и частичным обслуживанием.

2. Организация банкета-фуршета, банкета-коктейля и банкета-чая.

Ключевые понятия: банкетное обслуживание, банкет с частичным обслуживанием, банкет-фуршет, банкет-коктейль, банкет-чай.

Литература: [1, 5, 7]

Методические рекомендации

Студент должен понимать цель и задачи дисциплины. Место дисциплины в структуре образовательной программы. Планируемые результаты освоения дисциплины. Ознакомление студентов с возможными рисками освоения дисциплины и формами текущего и промежуточного контроля.

Первый вопрос темы посвящен особенностям организации «стационарных» банкетов: с полным обслуживанием и с частичным обслуживанием. Особое внимание необходимо уделить правилам составления меню для данных видов банкетов, особенностей подачи горячих блюд, смены посуды, правилам обслуживания гостей при проведении свадебных мероприятий, юбилеев и торжеств, а также банкетов при праздновании Нового года и других длительных по времени проведения мероприятий.

Второй вопрос темы посвящен требованиям и особенностям организации банкета-фуршета, банкета-коктейля, банкета-чая. Студенту необходимо освоить материал, позволяющий организовывать фуршеты, различающиеся особенностями проведения и составления меню. Принципы составления меню, рекомендуемые типы холодных блюд и закусок, а также способы подачи горячих блюд в фуршетном варианте. Особенности составлению меню закусок, алкогольных и безалкогольных напитков при проведении банкета-коктейля. Особенности организации банкета -чая, в части перечня рекомендуемого ассортимента чая и кофе, а также десертов, соответствующих формату мероприятия. Расчет площадок для проведения различных типов банкетов, оборудования и инвентаря. Требования к обслуживающему персоналу.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем разница между банкетом-фуршетом и банкетов-коктейлем?
2. Сколько по времени рекомендуется отводить на проведение банкет-чая?
3. Какое минимальное количество закусок должно быть представлено на банкете с полным обслуживанием?
4. За сколько времени необходимо сервировать стол при фуршете?
5. При проведение банкета с частичным обслуживанием горячие закуски подают через после начала мероприятия.

Тема 2. Организация производства продукции общественного питания в курортно-гостиничном бизнесе. Кейтеринг

Ключевые вопросы темы

1. Особенности организации питания в гостиницах, расположенных в курортной зоне.

2. Особенности организации производства и обслуживания при предоставлении услуги кейтеринга.

Ключевые понятия: фабрика-кухня, корпоративное питание, полупансион, полный пансион, «шведский» стол.

Литература: [2, 6]

Методические рекомендации

При изучении первого вопроса темы необходимо уделить особое внимание специфике организации питания именно в гостиницах, расположенных в курортной зоне. Изучение организации производства и обслуживания в ресторанах и кафе при городских гостиницах, позволяет более глубоко освоить навыки расчета меню завтраков, а также изучить особенности обслуживания в номерах. При изучении вопросов организации производства и обслуживания в пунктах питания санаториев, пансионатов и домов отдыха необходимо уделить внимание вопросам диетического питания и созданию групповых рационов, по направлениям санаторно-курортного и профилактического лечения.

При изучении второго вопроса темы – организации выездного обслуживания, необходимо обратить внимание на вопросы организации фабрики-кухни. Стационарное предприятие или цех необходим для подготовки блюд для кейтеринга, вне зависимости от форм обслуживания и типа проводимых мероприятий. Должно быть уделено внимание вопросам особенностей организации инвентарем и посудой, а также процессам логистики.

Вопросы для самоконтроля

1. Какой вид обслуживания в гостиницах обозначается ВВ?
2. Какой срок хранения горячих блюд в мармитах при выездном обслуживании?
3. Требования к инвентарю для транспортировки блюд при кейтеринге?
4. Какой процент блюд, относящихся к диетическим, рекомендуется включать в меню курортных гостиниц?
5. Какие типы диет рекомендуют включать в качестве основных при организации питания в санаториях?

Тема 3. Оптимизация и модернизация технологических процессов производства продукции на предприятиях общественного питания

Ключевые вопросы темы

1. Разработка плана-меню
2. Пути снижения затрат при организации технологического процесса

Ключевые понятия: заготовки, взаимозаменяемость сырья, оптимизация технологических процессов.

Литература: [3, 4]

Методические рекомендации

При изучении первого вопроса темы необходимо изучить общие принципы разработки плана-меню, в зависимости от типа предприятия и особенностей обслуживаемого контингента. Провести анализ перечня заготовок по меню и определить пути оптимизации за счет использования одного полуфабриката в качестве базовой или дополнительной компоненты в нескольких блюдах без потери ассортимента.

При изучении второго вопроса темы необходимо научиться проводить анализ причин нестабильности сырьевой базы и выявления путей модернизации технологии приготовления блюд для снижения рисков, связанных с ее изменениями. Необходимо уделить внимание вопросам, связанным с увеличением доходности производства за счет оптимизации технологического процесса с целью снижения трудо- и энергозатрат. Оптимизация возможна путем внедрения высокотехнологичного оборудования, снижения доли ручного труда при использовании продукции заготовочных предприятий. Изучение и внедрение методов научной организации труда позволяет проводить модернизацию технологического процесса для сокращения времени отдачи блюд.

Вопросы для самоконтроля

1. Какими техническими документами рекомендовано пользоваться при расчете взаимозаменяемости сырья?
2. Что такое фотография рабочего времени и при оптимизации каких процессов она используется?
3. Какое оборудование позволяет сократить время подачи горячих блюд?
4. Приведите пример заготовки, которая может быть использована не менее чем в трех горячих блюдах?
5. С учетом каких факторов подбирают оборудование для снижения энергозатрат?

Тема 4. Организация работы обслуживающего и производственного персонала предприятий общественного питания

Ключевые вопросы темы

1. Корпоративная культура и обучение персонала.

Ключевые понятия: персонал, тренинг, техника продаж.

Литература: [3, 7]

Методические рекомендации

При изучении темы необходимо объяснить взаимосвязь процессов повышения квалификации сотрудников и уровня маржинальности бизнеса в индустрии питания. Разработка методик проведения тренингов производственного и обслуживающего персонала. Обучение обслуживающего персонала «технике продаж». Мероприятия по созданию и поддержанию имиджа предприятия.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое тимбилдинг и какие цели он преследует?

2. Какие факторы влияют на имидж предприятия питания?

3. С какой целью проводят анкетирование клиентов?

4. Какие методики в «технике продаж» наиболее эффективны для предприятий питания с самообслуживанием?

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практические занятия проводятся с целью формирования у студентов умений и навыков рассчитывать меню банкетов, организовывать тренинги для персонала и оценивать эффективность акций, проводимых на предприятии общественного питания.

Практические занятия по дисциплине «Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания» являются важной составной частью учебного процесса изучаемого курса, поскольку помогают лучшему усвоению курса дисциплины, закреплению знаний. Каждый студент имеет возможность производить расчеты, в том числе и в рамках тематики своего магистерского проекта.

В ходе самостоятельной подготовки студентов к практическому занятию необходимо не только воспользоваться литературой, рекомендованной преподавателем, но и проявить самостоятельность в отыскании новых научных источников, нормативно-технической документации, справочных данных, связанных с изучаемой тематикой практического занятия.

Тематический план практических (ПЗ) занятий представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Тематика практических занятий

Номер	Тема практического занятия	Очная форма, ч
1	Разработка меню банкета, заданного типа	4
2	Разработка плана-меню для различных типов гостиниц	2
3	Расчет маржинального дохода от проведения промоакций	2
4	Методика проведения тренингов обслуживающего персонала	4
5	Анализ затрат времени при обслуживании посетителей	2
Итого по дисциплине		14

Этапы проведения практических занятий

Практические занятия по дисциплине «Современные проблемы организации производства предприятий общественного питания» проводятся по нижеперечисленному алгоритму:

1. Формулирование цели проведения практического занятия.
2. Освоение теоретического материала посредством ответов на вопросы для самостоятельного изучения студентов, приведенные в конце теоретической части практического занятия.

3. Практическое выполнение заданий, нацеленное на освоение изучаемых методов организации производственных процессов, контроля за эффективностью проводимых мероприятий.

По результатам выполнения практических заданий студентом оформляется отчет, который должен включать:

- название практического занятия, его цель и дату выполнения работы;
- выполнение заданий;
- вывод по полученным результатам.

Структура отчетов могут корректироваться в связи со спецификой практических заданий. Отчеты должны сохраняться до завершения семестра.

Оценка результатов выполнения по каждому практическому заданию производится при представлении студентом отчета, составленным по результатам самостоятельно выполненного им практического задания. Студент, выполнивший задания практической работы и продемонстрировавший знание использованных им методов ведения расчетных работ, получает по практическому заданию оценку «зачтено». Студент, получает оценку «не зачтено», если он не выполнил практическое задание, не провел все предполагаемые темой занятия расчеты, отчет по практическому заданию не составил.

При необходимости для обучающихся инвалидов или обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляется дополнительное время для подготовки ответа с учетом его индивидуальных психофизических особенностей.

Практическое задание № 1 **Разработка меню банкета, заданного типа**

Цель: в результате выполнения работы студент должен получить навыки разработки банкета с частичным обслуживанием, или банкета-фуршета, или банкета-коктейля, или банкета-чая

Задание: определите вид банкета в зависимости от поступивших заказов. Рассчитайте количество столов, размер и количество скатертей для каждого вида (размеры столов можно выбрать произвольно). Составьте меню, соответствующее виду банкета с учетом общих пожеланий заказчика. Рассчитайте количество посуды и приборов для проведения банкета. Рассчитайте количество продуктов и напитков необходимое для проведения банкета. Подберите алкогольные напитки в соответствии с предложенным меню.

Вариант 1

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Мужчина, которому исполняется 45 лет, сделал заказ на проведение юбилея в кругу друзей. Ожидаемое число приглашенных – 30 человек.

Заказчик 2

Родители жениха сделали заказ на банкет на 50 человек по случаю свадьбы. В числе приглашенных – родственники со стороны жениха и невесты, друзья молодоженов и коллеги жениха, в числе которых начальник подразделения, в котором он работает.

Заказчик 3

Дама, руководящая группой сетевых распространителей косметики, сделала заказ на непродолжительный банкет, на который просила приготовить разнообразные десерты и сделать сладкий стол. Банкет будет приурочен к годовщине работы сети в регионе. На него приглашены 12 человек – «лучшие клиентки» каждого месяца прошедшего года.

Вариант 2

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Руководитель фирмы, сделал заказ на проведение мероприятия по поводу очередной даты образования фирмы. Ожидаемое число приглашенных – 60 человек. Приглашены основные партнеры, с которыми работает фирма и руководители подразделений фирмы

Заказчик 2

Молодежная компания (возраст до 35 лет) сделала заказ на 20 человек по случаю празднования Дня всех влюбленных.

Заказчик 3

Фотохудожник сделал заказ на мероприятие, посвященное открытию его персональной выставки. Ожидаемое количество гостей не более 50 человек.

Мероприятие будет проходить в бывшем подвале, перестроенном под арт пространство.

Вариант 3

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Директор парикмахерской, сделала заказ на празднование 8 марта для своих сотрудников. Мероприятие назначено на 16 часов и предполагается как не продолжительное. Предпочтение в меню – сладкие блюда и фрукты. Ожидаемое число приглашенных – 11 человек.

Заказчик 2

Компания друзей, состоящая из семейных пар с детьми школьного возраста, сделала заказ на банкет на 35 человек по случаю встречи Нового года.

Заказчик 3

Директор автосервиса сделал заказ на празднование юбилея фирмы. На празднике будут присутствовать сотрудники фирмы с женами и мужьями. Количество приглашенных 16 человек. Желательны закуски и возможность неформального общения.

Вариант 4

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Мужчина, которому исполняется 60 лет, сделал заказ на проведение юбилея в кругу семьи. Ожидаемое число приглашенных – 16 человек.

Заказчик 2

Семейная пара сделала заказ на банкет на 42 человека по случаю празднования золотой свадьбы. В числе приглашенных – родственники и друзья семьи.

Заказчик 3

Компания, занимающаяся продажей комплектующих к компьютерам, сделала заказ на мероприятие, которое будет завершать их демонстрацию. Время проведения вторая половина дня. Ожидаемое количество гостей 80 человек.

Вариант 5

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Женщина, которой исполняется 35 лет, сделала заказ на проведение юбилея в кругу друзей. Ожидаемое число приглашенных – 28 человек.

Заказчик 2

Родители невесты сделали заказ на банкет на 60 человек по случаю свадьбы. В числе приглашенных – родственники со стороны жениха и невесты, которые будут семьями, в том числе с детьми дошкольного и школьного возраста.

Заказчик 3

Директор школы, сделала заказ на непродолжительный банкет, на который просила приготовить разнообразные десерты и сделать сладкий стол. Банкет будет приурочен к Дню учителя. На него приглашены 26 человек.

Вариант 6

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Жена юбиляра, которому исполняется 75 лет, сделала заказ на проведение юбилея в кругу родственников и друзей. Ожидаемое число приглашенных – 25 человек.

Заказчик 2

Компания, состоящая из военнослужащих и их жен, планирует отпраздновать 23 февраля. Подразумевается непродолжительное мероприятие, позволяющее общение в неформальном формате, так как военнослужащие из различных частей округа. Ожидаемое число приглашенных 80 человек.

Заказчик 3

Дама, руководящая сетью косметических салонов, сделала заказ на мероприятие, приуроченное к открытию нового салона. На него приглашены 12–16 человек.

Вариант 7

Определите виды банкетов, которые вы предложите заказчикам. Заполните правый столбец таблицы.

Заказчик	Вид банкета
Заказчик 1	
Заказчик 2	
Заказчик 3	

Заказы на проведение банкетов

Заказчик 1

Мужчина, планирует сделать предложение в кругу близких родственников и друзей. Предполагается непринужденное общение и недлительный формат. Ожидаемое число приглашенных – 15 человек.

Заказчик 2

Компания, по продаже недвижимости собирается провести банкет по случаю наступающего Нового года. Ожидаемое количество 38 человек.

Заказчик 3

В рамках проведения научной конференции предусмотрен заключительных банкет, обеспечивающий возможность свободного общения приглашенных. Количество участников – 70 человек.

Теоретическая часть

Банкет: понятие и основные виды

Банкет как форма общественного питания

«Банкет» от итальянского banco – скамья. Именно это слово было родоначальником названий первых банкетов – banchetto, т.е. превосходных застолий по какому-либо особому торжественному случаю. Банкетом (от франц. banquet) называется торжественный званый обед или ужин, устраиваемый в честь какого-либо лица или события.

Банкет имеет свою историю. Значимость того или иного пиршества, его великолепие выражалось не в особенностях и качестве еды, а во внешних аксессуарах, убранстве скамей, т.е. в том, что менее всего относилось к столу, кулинарному искусству. Именно такого рода застоля, знаменитые не тем, что на них подавали, не едой, а событием, в честь которого они устраивались, и стали называться банкетами.

В России слово банкет не употреблялось вплоть до конца XIX века, его заменяли русские званый обед, званый ужин, застолье. Лишь в конце XIX века банкеты приобрели популярность как различного рода общественные мероприятия. Обычно они проводились либо в общественных предприятиях – фирмах, банках, биржах, фабриках, либо в ресторанах, кафе, трактирах. Наиболее распространенным временем начала банкета было 7 часов вечера. Особое место на банкете занимало ведение данного торжества – порядок тостов, речей и выступлений. Помещение выбиралось с хорошей акустикой – чтобы ведущего было слышно с любого места. Обслуживание предполагалось абсолютно бесшумное и незаметное – дабы не мешать приглашенным господам. Порядок рассадки гостей, форма одежды, аксессуары – все было четко регламентировано и подчинено главному событию торжества. С точки зрения специфики кушаний – все сохранялось, как в Средневековье: скромные холодные закуски, одно горячее блюдо, сладкое блюдо – десерт и напитки. Не принято было подавать на банкетах крепкие спиртные напитки – чтобы большее количество приглашенных могло выступить с тостами.

В понимании клиентов банкет – это торжественное застолье (завтрак, обед или ужин), которое устраивается по какому-либо знаменательному поводу, к примеру, в честь юбилея, свадьбы, дня рождения, получения награды или премии и т. д., или даже в честь важной персоны.

Существуют банкеты разных форматов, масштабов и уровней сложности. От формата мероприятия зависит форма обслуживания. Принято выделять пять видов банкетов:

- 1) полное обслуживание;
- 2) частичное обслуживание;
- 3) банкет-фуршет;
- 4) банкет-коктейль;
- 5) банкет-чай.

Банкеты с полным обслуживанием обычно требуют строго выполнения многочисленных правил этикета. Этот вариант чаще всего подходит для официальных, протокольных мероприятий. Такой банкет отличается великолепной сервировкой и отсутствием заранее поданных блюд. Блюда выносятся официантами «в обнос». У каждого прибора ставится карточка с меню, включающая в себя порядок выноса каждого блюда. Подобные банкеты по протяженности обычно занимают чуть более 1 ч.

Обслуживанию за столом на таких банкетах предшествует аперитив, который подают в отдельном зале, где ожидают прибытия почетных гостей, знакомятся, беседуют. Чтобы заполнить эту паузу, в качестве аперитива подают коктейли, вермут, водку, соки и другие напитки. Кроме напитков могут быть поданы легкие закуски – канапе, закусочные бутерброды, сэндвичи и другие закуски. На столике в зале сбора могут быть выставлены соленый миндаль, орешки. Подавать аперитив удобнее на небольших подносах. Рюмки наливают на 2/3 емкости и устанавливают таким образом, чтобы высокие были в центре подноса, низкие по краям. Закуски подают на круглом блюде, накрытом салфеткой, одновременно с напитками. Сбор использованных рюмок можно поручить третьему официанту, который следует с пустым подносом за официантами, подающими напитки и закуски. Официант, подающий аперитив, подходит с подносом, который держит на левой руке, к группам гостей и предлагает напитки, называя их. Правая рука официанта в это время заложена за спину. Если на подносе официанта, подающего аперитив, осталось два-три бокала (рюмки), то он должен пополнить поднос. По пути в служебное помещение официант может собрать пустые бокалы и рюмки, предложив посетителям, поставить их на поднос. После подачи аперитива, улыбнувшись гостям, официант начинает рассаживать и устраивать их за столом, руководствуясь при этом определенными правилами этикета:

- первой необходимо предложить место за столом даме, а затем ее спутнику. Однако если мужчина желает сам поухаживать за своей спутницей, официант должен предоставить ему эту возможность. В идеале два официанта одновременно должны заняться размещением гостей;

- приглашая гостя за стол, необходимо выдвинуть стул, а затем немножко подать стул вперед, когда гость присаживается.

Приступая к обслуживанию в зале, подготавливают подносы, застилая их салфеткой. Затем вносят в подсобное помещение холодные закуски и расставляют их на столах в порядке очередности подачи. В каждое подготовленное блюдо кладут приборы для раскладки. Как правило, для этих целей используют столовую ложку и вилку. Вилку кладут на блюдо зубцами вниз и сверху на нее кладут ложку – углублением вниз. В начале подают «в обнос» холодные рыбные закуски, икру, масло и свежие овощи, затем закуски из мяса, птицы и дичи. После холодных рыбных закусок официанты заменяют использованные тарелки и приборы чистыми для холодных мясных закусок. После холодных закусок подают также «в обнос» горячие, затем первые блюда, вторые горячие блюда.

Получив на раздаче блюда, официанты направляются с ними к входу в банкетный зал, где собираются по порядку номеров, присвоенных секторам стола, которые они обслуживают. По знаку метрдотеля официанты входят в зал, направляются к своим секторам и становятся лицом к столу в двух-трех шагах

сзади от гостей, с которых они должны начать обслуживание. По знаку старшего официанта (обслуживающего почетных гостей в центре стола) они приступают к подаче блюд, соблюдая очередность обслуживания. При обслуживании банкета за столом каждый официант обязан знать следующие правила:

- любое блюдо или напиток подается всеми официантами одновременно;
- все блюда, закуски, гарниры, соусы, предлагаемые гостям, подают на левой руке с левой стороны.

Если в момент подачи гость разговаривает или слушает собеседника, следует подождать немного и при короткой паузе в их разговоре тихо попросить извинения и подать блюдо. Не следует касаться блюдом стола или лежащей на нем тарелки с хлебом.

Когда первый гость получил желаемое количество предложенного продукта, и официант положил на блюдо приборы для раскладки, блюдо поднимают от стола и, отступив на один шаг, переходят к следующему гостю.

Если гость отказался от предложенного блюда, убирают прибор, предназначенный для этого блюда.

При подаче таких блюд, как мелкая дичь, цыплята, раки, фрукты некоторых сортов, которые можно есть руками, рекомендуется каждому гостю подавать в чашке теплую воду с кружочком лимона для обмывания кончиков пальцев или на тарелках, или блюдах аккуратно сложенные и увлажненные полотняные или бумажные салфетки. При этом салфетки нужно увлажнить настолько, чтобы при использовании с них не стекала вода.

При обслуживании гостей, сидящих за столом, подача блюд производится не только с левой стороны. Все то, что заранее разложено или разлито в посуду индивидуального пользования, подается и ставится на стол перед гостем официантом правой рукой с правой стороны. Так подаются горячие закуски в кокотницах и кокильницах, все супы в чашках и тарелках, а также холодные закуски и блюда на тарелках.

Использованные тарелки и приборы при замене убираются как с правой стороны гостя правой рукой, так и с левой стороны левой рукой.

Все напитки наливают, как правило, правой рукой с правой стороны, держа бутылку этикеткой, обращенной к гостю. В случае необходимости можно налить и с левой стороны, но при этом обязательно левой рукой.

Очередная смена или уборка тарелок и приборов всеми официантами производится одновременно, когда все участники банкета или большинство из них закончили, есть ранее поданное блюдо.

Кофе на банкетах обычно подают после десерта в отдельном зале на отдельных столиках. К кофе или чаю можно подать молоко или сливки, но наливают в чашки по желанию гостей. Если официант с согласия гостя доликает из кофейника в освободившуюся посуду кофе, то это не противоречит

этикету, а вот чай в освободившуюся чашку, если в ней есть лимон, не доливают. Ее надо снять со стола и подать чай в другой чашке, налитой на подсобном столе.

Официанты, обслуживающие гостей в кофейном зале, следят за порядком на столах, убирают использованные и ненужные предметы. В конце пребывания гостей в кофейном зале предлагают охлажденную кипяченую или минеральную воду. Необходимое условие хорошей организации всего банкета – бесшумная работа официантов, без громких вопросов и лишних разговоров. Официант должен заранее уяснить себе схему обслуживания и очередность подачи закусок, вин, блюд и обязательно соблюдать принятый порядок обслуживания гостей, что особенно имеет большое значение на официальных приемах.

Банкет с частичным обслуживанием носит менее официальный характер. Приглашенные в основном обслуживают себя самостоятельно. А официантами – лишь частично. На столы предварительно расставляют небольшие блюда, салаты, холодные закуски. Гости самостоятельно накладывают себе в тарелки еду, сами наливают себе напитки, в том числе алкогольные. Официанты подают горячее и десерты порционно. Часто отдельно сервируется чайный стол, на котором размещают торт, конфеты, различные десерты, необходимые приборы и, конечно, чай и кофе. Данный тип банкета является самым распространенным и прекрасно подходит для свадеб, семейных торжеств и т. д.

Банкет с частичным обслуживанием официантами определяет число официантов, необходимых для обслуживания такого банкета, исходя из того, что каждый из официантов выполняет все работы по обслуживанию гостей в закрепленном за ним секторе. Самая приемлемая норма на одного официанта – 9-12 гостей. При проведении банкета на большое число участников метрдотель организует бригады официантов во главе с бригадиром для обслуживания одного или нескольких отдельных столов. Каждой бригаде присваивается порядковый номер. В этом случае распределяет официантов бригадир.

Приглашенных к столу гостей встречают официанты, каждый в своем секторе, помогая им сесть за стол. Размещение гостей за столом чаще всего бывает произвольным, хотя для почетных гостей и хозяина банкета отводят места в центре стола, а при устройстве банкета на большое количество участников с несколькими столами – отдельный центральный стол. Рассадив гостей, официанты наливают им алкогольные или безалкогольные напитки по желанию. Напитки берут с основного стола или с подсобного, заранее приготовленные для этой цели. Вслед за напитками предлагают закуски, беря их с основного стола. Характерной особенностью меню такого банкета – разнообразный ассортимент холодных закусок, солений и маринадов. Кроме холодных закусок гостям предлагается обычно одна-две горячие закуски, затем горячее блюдо и десерт. Такой банкет, как и банкет с полным обслуживанием официантами может заканчиваться подачей кофе.

Обычно на банкетный стол выставляют блюда с закусками из икры или малосольной рыбы. Ассорти мясное, рыбное и овощное. Маринады и соленья. Разнообразные салаты и другие виды закусочных блюд. Блюда с икрой, рыбой, как и с другими закусками после того, как их предложили гостям, ставят на банкетный стол, а освободившуюся посуду уносят в подсобные помещения на мойку. Официанты наполняют рюмки и бокалы напитками, убирают со стола освободившиеся блюда и бутылки, выносят из зала использованную посуду и приступают при необходимости к смене закусочных приборов и тарелок. При замене тарелок надо спросить разрешения у гостя и только после его согласия снять тарелку со стола. Можно взять тарелку и приборы, не спрашивая разрешения, если гость положил на тарелку нож и вилку параллельно. Метрдотель или старший официант по согласованию с организатором банкета должен сообщить на кухню о времени подачи горячего блюда (не позже, чем за 20-30 минут до подачи). Перед подачей горячего блюда может быть сделан перерыв. В перерывах между подачами блюд гости могут выйти из-за стола, потанцевать, отдохнуть. В это время, официанты подготавливают стол к подаче горячего блюда – сметают крошки, убирают посуду из-под блюд, бутылки. По желанию заказчика оставшаяся на блюдах закуска со стола может не убираться до окончания банкета, тогда надо переложить ее из нескольких блюд на одно, придав ему привлекательный вид. Горячие блюда подают или с общего блюда, обнося ими гостей (в этом случае для каждого гостя должна быть, поставлена мелкая столовая тарелка и приборы), или непосредственно на тарелках. В последнем случае горячие блюда в банкетный зал приносят из кухни в общей многопорционной посуде. Здесь на подсобных столах или сервантах официанты переключают их на подогретые тарелки и расставляют гостям на банкетный стол. Горячие блюда могут быть разложены на тарелки поварами непосредственно на кухне. От официанта потребуется лишь принести в зал и расставить их на столе. Однако предпочтительнее первый способ подачи. Перед подачей десерта или горячих напитков с разрешения заказчика со стола рекомендуется убрать все то, что в дальнейшем не потребуется для гостей: оставшуюся закуску, столовые тарелки и приборы, хлеб, специи, соусы и др. На освободившееся место ставят торты, пирожные, конфеты, после чего подают горячие напитки. Если закуски в блюдах, салатниках, вазах оставлены на столе, следует поставить тарелки с приборами. Их можно расставить перед каждым гостем или поставить стопки (несколько штук) посередине стола.

Данные банкетные мероприятия с частичным обслуживанием официантами также требуют много умений от обслуживающего персонала. Официанты должны быть осведомлены о составе меню, знать очередность подачи блюд и расставления закусок на столе, который он обслуживает. С этой целью метрдотель составляет отдельно для каждого стола расчет по кухонной и

буфетной продукции и вывешивает его на видном месте у раздачи и у буфета или в банкетном зале.

Банкет-фуршет можно организовать по любому поводу и на любом уровне. Основным отличием фуршета от традиционного банкета является отсутствие стульев. Важная черта фуршета – подача всех блюд миниатюрными порциями. Тарелку или чашечку можно просто взять в руки и есть только одной вилкой без необходимости использования ножа. Прямо с бокалом или тарелкой гости могут свободно передвигаться по залу, выпивая и закусывая стоя. Чаще всего банкет-фуршет бывает более экономичным в плане денежных расходов. Также в моду входит «шведский стол», разновидность фуршета. Отличие этого варианта от традиционного фуршета в том, что зал разделен на зоны: зона, где подаются блюда и напитки и ресторанный зона общения. Столы с едой располагаются вдоль стены. Люди самостоятельно берут приборы и тарелки, расставленные стопками, и накладывают еду по собственному вкусу. Существует два вида столов: обычные столовые со стульями и высокие, чтобы было удобно стоя выпить и закусить. Такой вариант мероприятия по протяженности и по меню может сравниться с традиционным банкетом, но при этом он более демократичен. Гости не находятся статично за столом, а имеют возможность свободно передвигаться по залу, могут со всеми пообщаться и, наконец, могут самостоятельно положить себе в тарелку то, что хотят и сколько хотят, и при этом не надо никого просить.

Работа официантов на банкете-фуршете имеет свои особенности. На банкетном мероприятии гости, как правило, обслуживают себя сами. Но в течение всего мероприятия официанты должны поддерживать порядок на столах и в зале, помогать гостям в выборе закусок и напитков. Если некоторые из участников фуршета разместились не у стола, а в стороне от него, то официант обычно подходит к ним с подносом, на котором несколько видов закусок, необходимая посуда и приборы. После того, как участники банкета подойдут к столу, официанты должны помочь им в выборе того или иного напитка, блюда, предложить наполнить рюмку вином, положить на тарелку закуску, уделяя особое внимание гостям, стоящим не у стола.

Напитками гостей обносят, используя различные приемы. Официант может приготовить поднос с рюмками, содержащими разные виды вина. Взяв поднос на левую руку, предлагают гостям ту или иную рюмку, называя налитый напиток. Возможен и другой вариант. На поднос ставят несколько пустых рюмок и две-три бутылки с разными напитками так, чтобы этикетки были видны гостям. Официант, держа поднос на левой руке, подходит к гостям, предлагая тот или иной напиток, и по желанию гостя наполняет рюмки правой рукой или дает ему возможность налить напиток самому. Также возможен и третий вариант. При этом несколько бутылок с разными напитками и пустые рюмки ставят на поднос. Один официант несет его, а другой предлагает

напитки гостям и наполняет по их желанию рюмки. Официант держит в левой руке между пальцами несколько пустых рюмок, а в правой – бутылку с напитком и, обходя гостей, предлагает его. По желанию гостя он наполняет рюмку в своей или его руке.

Официант, подающий закуски, берет со стола блюдо в левую руку и, обнося участников банкета, сам раскладывает кушанья. Можно подавать закуски и иначе: официант ставит на поднос одно-два блюда, соус, чистые тарелки, закусочные приборы, хлеб и обносит гостей, предлагая им положить себе на тарелку закуску, или сам раскладывает ее правой рукой, держа поднос в левой. Так обслуживают гостей, остановившихся у дополнительных сервированных столиков или в стороне от основного банкетного стола. При подаче закусок и напитков на подносе гости имеют возможность заменить тарелки и рюмки, не подходя к основному банкетному столу. Очень часто, особенно в тех случаях, когда приглашено много гостей, и к фуршетному столу трудно подойти, официанты дополнительно разносят закуски, вилки, тарелки и хлеб и предлагают их гостям

В течение всего банкета официанты, занятые обслуживанием гостей, следят за столом: убирают использованную посуду и по мере надобности пополняют предметы сервировки, добавляют хлеб, салфетки, открывают напитки, убирают со стола пустые бутылки и блюда из-под закусок, освобождают пепельницы или заменяют их.

Горячие закуски официанты на подносах вносят в зал примерно через 30 мин после начала банкета, при этом подают горячие блюда в соответствующей посуде (кокотницах). На этот же поднос у его борта кладут специальные вилки или чайные ложки (в количестве, соответствующем числу кокотниц) и стопкой несколько пирожковых тарелок, на которые гости по желанию ставят кокотницы. Подавая такие закуски, одновременно следует предлагать гостям бумажные салфетки, так как держать кокотницу на тарелке в одной руке очень неудобно. Оставшиеся на подносе кокотницы с горячей закуской помещают по нескольку штук на закусочные тарелки и ставят на банкетный стол, положив рядом с ними приборы.

После горячих закусок подают десерт: мороженое, пломбир, взбитые сливки натуральные или с фруктами, вареньем, ягодами; фрукты, запеченные в тесте. Сладкое блюдо официанты обычно вносят в зал примерно через 10–15 мин после подачи горячих закусок. Для подачи десерта используют металлические креманки. Их ставят на поднос; десертные (чайные) ложки кладут рядом с креманками или в них и обносят гостей. После десерта можно подавать шампанское. Шампанское разливают по бокалам на 2/3, ставят на поднос и обносят напиток участников банкета. Подав шампанское, часть официантов подготавливает к подаче кофе, коньяк, ликер.

Горячие закуски и блюда, затем десерт, шампанское, кофе должны подаваться одновременно ко всем столам. При этом официанты, обслуживающие более отдаленные от входа в зал столы, входят в зал первыми. Запоздалая или преждевременная подача очередных закусок или напитков, к какому-либо столу нарушает ритм работы всего коллектива. Во время речей и тостов обслуживание прекращается, чтобы не отвлекать внимания гостей и не нарушать тишины. В этот момент официанты должны отойти к подсобным столам и, если этого требует обстановка, наполнить рюмки напитками, поставить на поднос, и по окончании речи или провозглашения тоста тотчас же поднести их гостям, стоящим вдали от стола или не имеющим наполненной рюмки или бокала. Если гости в зале стоят группами, официант должен обойти их, в том случае, когда это невозможно сделать, попросить разрешения пройти. После проводов гостей официанты приступают к уборке посуды.

Банкет-коктейль – это мини фуршет. Устраивается после или в перерывах важных совещаний, по случаю открытия новых заведений, модных показов и т. д. Подобное мероприятие позволяет принимать большое количество приглашенных на сравнительно небольшой площади. Гости таким же образом свободно перемещаются в пространстве, едят и выпивают стоя. Накрытые столы отсутствуют. Блюда и напитки разносятся официантами. Главный напиток – коктейль. Минимум легких закусок. Продолжительность подобного мероприятия – от 40 мин до 1 ч.

Банкет-коктейль. Гости встречают организаторы банкета при входе в зал. Обслуживание начинается с приходом первого гостя. В зависимости от количества людей, находящихся в зале к моменту начала обслуживания, все или часть официантов выходят из подсобного помещения с напитками, а вслед за ними официанты с закусками. Величина всех подаваемых во время коктейля закусок должна быть такой, чтобы их можно было сразу положить в рот целиком. Чаще всего на коктейлях подают бутерброды-канапе или сэндвичи, нарезанные в виде ромбиков, квадратов, кружочков, а также волованы или таралетки. Фрукты подают предварительно зачищенные от сердцевины и разделенные на дольки. Напитки на коктейле могут быть поданы самые разнообразные: виски, коньяки, ликеры, вина натуральные, крепленые и десертные, соки, воды, коктейли, шампанское. Все официанты работают попарно – один подносит закуски, другой – соответствующие напитки. Остановившись перед одним из гостей, официанты предлагают ему на подносе напитки, называя их. После того как гость взял с подноса напиток или отказался что-либо взять официант подходит к следующему. Организуя коктейль, предусматривают помещение для подготовки закусок и напитков. Здесь ставят столы, на которых подготавливают коктейли, разливают напитки в рюмки, бокалы, стопки. Все напитки перед началом коктейля должны быть доведены до температуры их подачи. В начале приема-коктейля, как правило, гости пьют

безалкогольные напитки: соки, воду (фруктовую или минеральную), пиво. Спустя 10–15 мин подают крепкие напитки: водку, виски (25 %) с содовой (75 %) или минеральной водой, коньяк, затем снова предлагают безалкогольные напитки. В первую очередь официанты предлагают напитки, а затем закуски.

Банкет-чай считается женским мероприятием, но не исключает присутствие мужчин. Приглашенных много не бывает, обычно приблизительно 10–30 человек. Стандартное время проведения – от 16:00 до 18:00. Традиция чайного банкета уходит своими корнями к английскому чаепитию в 17 ч. В ассортимент, как правило, входят мучные изделия, десерты, чай, кофе, сливки. Не исключена подача шампанского или более крепких алкогольных напитков, но в очень ограниченном количестве. Банкет-чай можно организовать не только по случаю семейного торжества, но и по официальному поводу: после заседания какой-нибудь женской организации, например.

Обслуживание начинается с того, что официанты приглашают гостей к накрытому столу и помогают им сесть, уделяя наибольшее внимание женщинам, старшим по возрасту. Удостоверившись в том, что все участники банкета удобно разместились, официанты предлагают им сладкие блюда и вина. Затем готовят к подаче горячие напитки. После этого производится уборка с чайного стола. Взамен использованных тарелок перед каждым гостем ставят чистые, а также подают приборы. Закончив уборку, подают чай, кофе, предварительно поставив на стол горячие сливки, молоко и лимон. Чашки с горячими напитками на блюдах ставят на стол справа от десертных тарелок. После того, как горячие напитки поданы, официанты предлагают гостям мускат, кагор, ликеры, коньяки. Чашку кофе гостям можно предложить с подноса, предварительно наполнив ее из кофейника. Кофе можно долить в ту же чашку, не снимая ее со стола. Чай на столе доливать не рекомендуется. При желании гостя выпить другую чашку чая можно налить напиток на подсобном столе в ту же чашку, если в ней нет лимона и отстоя, и подать гостю. Чай из самовара наливает хозяйка и предлагает гостям. Официант в этом случае помогает хозяйке в подаче чая гостям, сидящим вдали от нее, а также подносит чистые чашки и чайник с заваркой. По просьбе хозяйки официант может наливать чай из самовара и предлагать гостям.

Методические указания по выполнению задания

Для выполнения задания необходимо рассчитать банкеты, в зависимости от варианта задания, учитывая специфику проведения банкета и используя справочные материалы по рекомендуемому количеству холодных закусок, горячих закусок, супов, вторых блюд и десертов.

Большинство мероприятий предусматривает барное обслуживание, важным компонентом которого является подбор алкогольных напитков и расчет

их с учетом вида банкета, контингента гостей, времени суток и других параметров.

Расчет продуктов для банкета с частичным обслуживанием

Закуски, блюда и напитки для банкета

- 4–6 наименований холодных закусок;
- 1–2 наименования горячих закусок;
- 1–2 наименования супов (только в обед и по желанию заказчика);
- 1–3 наименования вторых горячих блюд;
- 1–2 наименования сладких блюд;
- фрукты (200–250 г на человека);
- фруктовые и минеральные воды (по 250–500 г на каждого человека);
- соки (100–150 г на каждого человека).

Расчет спиртных напитков для мероприятий

В отношении количества и ассортимента спиртных напитков, в общем, оправдывает себя такой расчет:

- по 300 г крепких спиртных напитков на одного человека;
- по 500 г вина на одного человека.

Однако эта цифра весьма условна. Сегодня на банкетах пьют все меньше. Кроме того, на количество и ассортимент спиртных напитков влияет, сколько среди приглашенных мужчин и женщин, а также длительность мероприятия.

Контрольные вопросы:

1. Какие вина рекомендованы для фуршета, если основные блюда из рыбы?
2. Можно ли включать горячие закуски в меню при проведении банкета-чая?
3. Сколько времени отводят как правила, на проведение банкета-коктейля?
4. Какие столы используют при проведении банкета с частичным обслуживанием?
5. При расчете длины стола для банкета-фуршета из какой величины на 1 гостя исходят при пристенном размещении столов?

Практическое задание № 2

Разработка плана-меню для различных типов гостиниц

Цель: в результате выполнения работы студент должен получить навыки разработки плана-меню для городской гостиницы и гостиницы, расположенной в курортной зоне.

Задание: разработать план-меню для гостиницы курортного, городского типа, по заданию преподавателя, в соответствии с концепцией предприятия общественного питания.

Теоретическая часть

Организация питания в гостиницах

- **OB (only bed)** или **NA** предусматривается для гостей, которым в гостинице требуется только ночлег и отдых с определенным уровнем удобств. Предполагается, что остальное время такие гости находятся вне гостиницы.

- **A-la carte** – выбор блюд по меню с четко указанными ценами, что дает возможность корректировать расходы на питание в зависимости от финансовых возможностей.

- **Табльдот** – несколько комплексов блюд по единой стоимости, где выбрать можно только весь комплекс, а не отдельные блюда.

- **BB (bed & breakfast)** – включение завтрака в варианте «шведский стол» в стоимость проживания. Дополнительные трапезы заказываются отдельно по желанию клиента.

- **HB (half board)**, называемый еще полупансионом, включает в стоимость проживания кроме завтрака еще и ужин.

- **HB+ (extended half board)** отличается от **HB** включением в стоимость проживания спиртных напитков, причем в любое время дня, а не только в определенные часы.

- **FB (full board)** – иначе полный пансион, то есть трехразовое питание в варианте «шведский стол».

- **FB+**, иначе **EXTFB (full board +, extended half board)** — **FB** с включением напитков в каждую трапезу.

All inclusive с несколькими разновидностями:

- **Mini all inclusive** – местный алкоголь в течение всего дня при трехразовом питании

- **All inclusive**, относящийся к самым удобным вариантам, и предусматривающий кроме трехразового питания еще и дополнительное (поздний ужин, полдник, второй завтрак, барбекю и закуски), а также неограниченное количество спиртных и безалкогольных напитков

- **HCAL (high class all inclusive)**, включающий кроме трехразового и дополнительного питания, а также неограниченного количества напитков услуги, не относящиеся к питанию (медицинские, парикмахерские и т.д.)

- **UAL, UAI (ultra all inclusive)** – включает в себя кроме питания и напитков по схеме **all inclusive** возможность питаться в ресторанах с кухней различных народов.

Для гостей, выбирающих проживание с завтраком, имеют большое значение такие градации:

- Continental Breakfast, т.е. легкий «континентальный завтрак», включающий в себя чай или кофе, сок и булочку с джемом и сливочным маслом.

- English Breakfast (Bermuda Plan) – более плотный английский завтрак, в который входят тосты и яичница, тушеная фасоль, жареный бекон, томаты печеные, чай или кофе, но, как правило, без сока.

- American Breakfast – наиболее сытный американский завтрак, добавляющий к рациону Continental Breakfast горячие блюда, сырные и мясные нарезки.

- Русский Breakfast – плотный завтрак, включающий ассортимент каш, блюда из творога, блины, оладьи и другие мучные изделия.

Так как питание является физиологической необходимостью, гостиницы, нацеленные на привлечение серьезной клиентуры, стремятся создать гостям максимально комфортные условия в этом плане. Для достижения данной цели при гостиницах организуются кафе, столовые и рестораны, а иногда и бары, кофейни, кафе-мороженое и т.д.

Предлагаемые гостям планы питания и употребления напитков следует выбирать исходя из расположения гостиницы и особенностей клиентуры, а иногда и от сезона. То, что удобно для семейного пансиона среднего уровня, не очень заинтересует обитателей молодежной гостиницы, где постояльцы, наскоро позавтракав, отправляются активно отдыхать до самой ночи.

Методические указания по выполнению задания

План-меню представляет перечень блюд, записанных в определенном порядке с указанием выхода блюд, гарнира, основного продукта и цены.

При составлении плана-меню учитываются следующие факторы: примерный ассортимент выпускаемой продукции, рекомендованный для данного типа обслуживания в гостинице, потребительский спрос, наличие сырья, квалификации работников, оснащенность технологическим оборудованием, трудоемкость блюд.

Примерный ассортимент блюд (ассортиментный минимум) – это определенное количество наименований холодных и горячих блюд, напитков характерных для типа питания, принятого в гостинице, в зависимости от услуг, оказываемых конкретным группам потребителей.

План-меню составляется заведующим производством накануне планируемого дня (не позднее 15 ч) утверждается директором предприятия, утверждая план-меню, директор и заведующая производством несут ответственность за то, чтобы блюда, включаемые в меню, были в продаже в течение всего дня торговли предприятия.

При составлении плана-меню придерживаются определенных правил распоряжения закусок и блюд:

Холодные блюда и закуски:

Рыбная гастрономия

Холодные рыбные блюда

Салаты и винегреты

Холодные блюда из мяса

Холодные блюда из птицы

Молочнокислые продукты

Горячие закуски:

Рыбные, мясные

Из домашней птицы и дичи (Жюльены)

Овощные

Грибные

Яичные

Супы:

Прозрачные

Заправочные

Пюреобразные

Молочные

Холодные

Сладкие

Вторые блюда:

Рыбные (отварные, припущенные, жареные, запеченные)

Мясные (отварные, жареные, тушеные)

Блюда из домашней птицы и дичи

Блюда из котлетной массы

Блюда из субпродуктов

Блюда из овощей, круп, бобовых, макаронных и мучных изделий

Блюда из яиц и творога

Сладкие блюда (горячие, холодные)

Горячие напитки

Холодные напитки собственного производства

Мучные кулинарные и кондитерские изделия

При записи плана меню рекомендуется заносить результаты в таблицу, в которую вносят полную информацию о блюдах, типах обслуживания, массе порции и цену (таблица 3).

Таблица 3 – План меню

Номер рецептуры по сборнику или ТК или ТТК	Наименование блюда	Количество гостей	Количество порций	Выход	Цена
Меню завтрака					
Меню обеда					
Меню ужина					
Меню дополнительного обслуживания в номерах					
Меню свободного выбора блюд					

Контрольные вопросы:

1. Кто составляет план меню?
2. Как составить план меню?
3. Что необходимо учитывать при составлении плана меню?
4. Что указывается в плановом меню?
5. Какой минимальный набор включает в себя континентальный завтрак?
6. Какой минимальный набор блюд и продуктов должен быть представлен при организации завтрака по типу «буфет»?

Практическое задание № 3

Расчет маржинального дохода от проведения промоакций

Цель: в результате выполнения работы студент должен получить навыки расчета маржинального дохода от промоакций различной направленности.

Задание: в соответствии с выбранным типом предприятия общественного питания рассчитать на примере одной из промоакций эффективность ее проведения путем расчета маржинального дохода

Теоретическая часть

Маржинальная прибыль или маржинальный доход – это разница между выручкой от реализации и переменными издержками. Причем оба эти показателя – выручка и затраты – берутся по конкретному объему продукции.

Также можно сказать, что это доход, который остается у бизнеса с реализации за вычетом переменных затрат. Маржинальная прибыль меньше выручки на сумму переменных издержек, но больше прибыли от реализации на

сумму постоянных. Для правильного расчета маржинальной прибыли надо понимать, какие расходы компании относятся к постоянным издержкам, а какие – к переменным. Постоянные расходы не зависят от объемов производства, а переменные изменяются пропорционально количеству произведенной продукции или услуг. Маржинальная прибыль – это часть выручки, которая остается у предприятия для покрытия постоянных затрат и получения прибыли. Поэтому часто маржинальную прибыль называют «вкладом на покрытие». Маржинальная прибыль и бухгалтерская – это разные вещи. Во-первых, их считают по разным формулам. Во-вторых, бухгалтерскую прибыль определяют по предприятию в целом за период времени, а маржинальную – только в расчете на конкретный произведенный и реализованный объем продукции (работ, услуг). Величина исследуемого нами показателя выражается в абсолютных и относительных значениях.

Абсолютный можно рассчитать, как на весь объем производства:

Совокупная маржинальная прибыль =

Выручка от реализации – Общие переменные издержки,

так и на единицу:

Маржинальная прибыль на единицу =

Цена – Удельные переменные издержки.

В этих формулах выручку и цену берут без НДС и акцизов. Удельные переменные издержки – это переменные расходы в расчете на единицу продукции.

Для чего нужно рассчитывать маржинальную прибыль?

Прежде всего она нужна для расчета точки безубыточности. Это такой объем производства, при котором предприятие покрывает все свои расходы, но еще не получает прибыли:

Точка безубыточности (в единицах продукции) =

Постоянные издержки / Маржинальная прибыль на единицу продукции.

Точка безубыточности (в денежном выражении) =

*(Выручка) * (Постоянные издержки) / Совокупная маржинальная прибыль.*

В точке безубыточности выручка равна сумме переменных и постоянных издержек, а прибыль равна нулю.

Такие расчеты особенно важно делать на этапе выхода компании на рынок, а также для планирования доходов и расходов.

Когда у компании несколько видов продукции, сравнивать абсолютные суммы маржинальной прибыли некорректно, т.к. цены и объемы продаж разные.

В этом случае используют коэффициент маржинальной прибыли. Он показывает, как маржинальная прибыль соотносится с объемом реализации:

Коэффициент маржинальной прибыли =

Маржинальная прибыль на единицу продукции / Цена.

Коэффициент можно вычислить в долях, как на вышеприведенной формуле, или в процентах. Для этого полученное значение умножают на 100.

Коэффициент маржинальной прибыли также называют маржинальной доходностью, или маржинальной рентабельностью. Он позволяет сравнивать маржинальный доход по разным товарам для управления ассортиментом.

Эффективность предприятия зависит от того, насколько маржинальная прибыль способна покрыть постоянные расходы:

- «минусовая» маржинальная прибыль означает, что предприятие еще не вышло на безубыточный уровень и даже не перекрыло свои переменные издержки. Если удельная маржинальная прибыль отрицательная, значит допустили грубые ошибки в ценообразовании, так как цена ниже себестоимости и не покрывает даже удельные переменные издержки. Но и плюсовой маржинальный доход еще не означает, что бизнес прибыльный, ведь его может не хватить для покрытия постоянных затрат;

- если предприятие достигло порога рентабельности, то маржинальная прибыль равна постоянным расходам;

- когда бизнес эффективен, маржинального дохода хватает для покрытия постоянных расходов и налогов с дохода, а то, что осталось, – чистая прибыль предприятия.

Норматива для маржинальной прибыли не существует. Ее уровень сильно различается в зависимости от отрасли и категории товара. В отличие от предметов роскоши, товары и услуги с законодательным ограничением цен всегда будут иметь низкую маржинальность.

Как можно повысить маржинальную прибыль:

- Увеличить выручку. В идеале надо стремиться повысить ценовую категорию товара за счет формирования доверия к бренду, повышения его престижности и качества обслуживания. Но постоянно поднимать цены нереально, поэтому можно пойти и по пути роста объемов производства. Это даст снижение общих издержек и увеличение доли прибыли в структуре маржинального дохода.

- Снизить переменные издержки: искать максимально выгодные условия закупки сырья, материалов (скидки дилерские или от объема закупок, импортозамещение и т.д.), а также привлекать более дешевую рабочую силу.

- Пересмотреть ассортимент: увеличить долю товаров с наибольшим уровнем маржинальности в общем объеме реализации.

Методические указания по выполнению задания

В отличие от рекламы, которая направлена, в основном, на информирование и формирование определенного отношения гостей к ресторанному бренду, промоакции нацелены только на коммерческий результат, измеряемый показателями продаж. Рассмотрим виды и цели промоакций, а также критерии оценки их эффективности.

Цели и виды промоакций. Промоакции, или акции по стимулированию продаж в ресторанном бизнесе (именно такой перевод понятия *sale promotion* представляется наиболее осмысленным), относятся к маркетинговым коммуникациям. Их цель ясна уже из названия – это коммуникационные программы, маркетинговым результатом которых является прирост продаж ресторана. Выделяют два типа промоакций, в зависимости от целевого показателя, который нужно увеличить: трафик-промо и продакт-промо.

В первом случае мы стремимся прирастить продажи за счет увеличения объема транз-акций, который зависит от посещаемости ресторана, бара или кафе. Нашим целевым показателем в натуральном выражении является количество гостей в определенный период времени, а в стоимостном выражении – выручка.

Также следует учитывать, что промоакции, или коммуникационные программы, привязаны территориально к местам продаж, т. е. реализуются внутри ресторана или локализуются в пределах его торгового ареала. Их основная цель – стимулирование продаж.

Стимулирование продаж с помощью промоакций можно свести к двум типам:

1. Ценовое стимулирование продаж.
2. Ценностное стимулирование продаж.

В первом случае под ценовым стимулированием подразумевается рациональная выгода при покупке за счет прямого или завуалированного дисконта. К примеру, в ресторане А, который находится в бизнес-центре, в дневное время по будням предоставляется 20%-ная скидка на всё меню. Таким образом в обеденные часы увеличивается спрос на услуги ресторана для офисных сотрудников, а ресторан получает рост оборота в это время.

Во втором случае ценностное стимулирование может выражаться в применении механизма «подарок за покупку» или комплиментах от шеф-повара. Классическим примером технологий такого рода является «комбо»-предложение, где к заказанным блюдам прилагается и небольшой сувенир от ресторана (календарик с логотипом в преддверии Нового года). Также ценность промоакции может быть исключительно информационной, в том случае, если с ее помощью мы распространяем информацию об открытии ресторана, новом сезонном блюде, поступлении в ресторан «божоле нуво» и пр. Информационная ценность промо-предложения безо всяких подарков – в том, чтобы побудить гостя к визиту в ресторан.

Примеры промоакций

Пример 1. Продвижение coffee to go

Продажа кофейных напитков навынос является одной из основных статей дохода кофеен. Дело в том, что транзакции такого рода обеспечивают выручку и при этом не включают в себя издержки на аренду, поскольку гости,

приобретающие продукцию навынос, не занимают посадочные места в зале. Таким образом, маржинальность подобных продаж достаточно высока. Однако сложность в том, что потребление напитков на ходу еще не типично, в частности, для российских гостей кофеен. Поскольку естественным образом объем продаж кофе с собой не рос, возникла необходимость слегка «подтолкнуть» и заинтересовать гостей. Для стимулирования спроса на подобную продукцию в одной из кофеен была организована специальная промоакция. Для ее проведения был использован прием, связанный с оригинальным оформлением мест продаж. Дизайн-студия Folx разработала оригинальные конструкции в виде ярких, разноцветных «рук», в каждой из которых были настоящие одноразовые стаканчики для кофе, бумажные пакеты и контейнеры. Эти необычные рекламоносители закреплялись в простенках витринных окон, на стенах внутри кофеен таким образом, что у гостей создавалось впечатление, что руки «растут» прямо из стен. Нестандартно оформленные витрины привлекали внимание прохожих, благоприятно влияли на импульсный спрос.

Постер, размещенный в пространстве контактной барной стойки, детально раскрывал смысл промо-предложения. Он демонстрировал удобную упаковку и напоминал гостям кофеен о возможности приобрести кофе и другую продукцию навынос. В результате промоакции объем продаж кофейных напитков с собой существенно вырос и достиг 15 % от общего объема продаж кофе.

Пример 2. Трафик-промо: счастливые часы

В качестве примера приведем результаты программы по стимулированию продаж в так называемые «мертвые» часы в сети баров, полученные после детального анализа почасовой статистики продаж.

Итогом промоусилий стало двукратное увеличение выручки в фокусное время по будням, с 16:00 до 18:00, а прирост среднесуточной выручки рабочих дней составил 15 %.

Пример 3. Продакт-промо: XL-коктейли

В случае с продакт-промо работаем на увеличение валового маржинального результата за счет наращивания, перераспределения и стимулирования прочих, позитивных с экономической точки зрения, изменений в характере и структуре спроса. Примером такой программы может послужить акция «XL-коктейли», реализованная в сети ресторанов.

В результате такой продуктовой промоакции валовая маржа по группе алкогольных коктейлей увеличилась на 30 %, а общий валовый маржинальный прирост по напиткам вырос на 6 %.

Особенности анализа промоакций

Широко известная фраза Генри Форда «Я знаю, что половина моих денег на рекламу потрачена впустую, но не знаю какая» весьма красноречиво

иллюстрирует проблему оценки эффективности маркетинговых коммуникаций. Действительно, в большинстве случаев трудно измерить возврат инвестиций, вложенных в коммуникационную кампанию.

Речь идет о вычислении показателя ROMI (Return of marketing investments), выражающегося в отношении полученной прибыли к затратам на коммуникационную кампанию. При всей теоретической справедливости подхода на практике он оборачивается существенными проблемами измерения, а именно:

- для получения ROMI необходимо соотносить прибыль с маркетинговыми расходами. При этом на значение прибыли влияют расходы, не относящиеся к маркетинговой сфере;

- сложность вычисления ROMI выражается также в проблеме периодизации прибыли. Неясно, за какой период прибыль может приниматься во внимание при оценке ROMI коммуникационного проекта. К тому же, невозможно вычислить долгосрочный и отложенный эффект влияния коммуникационной кампании, к примеру, на капитал бренда как нематериальный актив;

- во время измерения ROMI какой-либо рекламной кампании оценить затруднительно эффект взаимного влияния прочих коммуникационных активностей, которые могут как увеличивать, так и уменьшать значение ROMI отдельно взятой кампании;

- проблема заключается и в интерпретации значения ROMI – достаточно ли хорош достигнутый результат, поскольку неизвестно, каким бы он был, если бы расходов на рекламную кампанию не было или они были бы в ином объеме и соотношении.

Существуют и прочие ограничения, которые необходимо обходить и нивелировать их влияние на показатель ROMI. Фактически поле для применения этого показателя сильно сужено, сопряжено с необходимостью сбора и анализа большого объема разнообразных данных.

Оценивать возврат маркетинговых инвестиций в комплексе (обязательно с учетом их интеграционного эффекта) целесообразно в долгосрочной перспективе. Для изучения эффективности крат-косрочных разовых промоакций, чтобы проанализировать их влияние, можно использовать другие стоимостные показатели – выручку и валовую маржинальную прибыль.

Для объективной оценки промоакций нужно определить показатели их эффективности. В первую очередь, это финансовый результат (выручка, валовая маржа, сумма чека) или, в отдельных случаях, — товароборот и конверсия (количество транзакций, объем реализации продукции, оборачиваемость столов).

Пример 4. Стоимостной эффект промоакции

Вскоре после открытия в городе N кафе-магазина M, специализирующегося на паназиатской кухне, возникла необходимость стимулировать спрос на услуги нового заведения и увеличить объем продаж. Для достижения поставленных целей была организована промоакция, подразумевающая распространение рекламной продукции с информацией о заведении в пределах торгового ареала в радиусе 10-минутной пешеходной доступности.

Предполагалось, что в результате промоакции должна возрасти локальная осведомленность среди представителей целевой аудитории заведения и, как следствие, увеличиться его посещаемость. В свою очередь, рост посещаемости привел бы к увеличению выручки. После окончания промоакции была проанализирована статистика продаж.

Данные продаж показали, что во время проведения промоакции выросла среднесуточная выручка. Схожая динамика увеличения объема транзакций свидетельствует о связи между изменениями этих двух показателей. Прирост выручки в период промоакции составил 66 % по сравнению с аналогичным показателем до начала промоакции. Остаточный эффект, зафиксированный через несколько недель после окончания активной фазы коммуникаций, составил 30 %.

Контрольные вопросы:

1. Что отражает уровень безубыточности?
2. Способы определения суммы и уровня маржинального дохода?
3. Каков алгоритм расчетов по оценке влияния на безубыточность?
4. Приведите тип моделей, используемых для факторного маржинального анализа прибыли?
5. Дайте определение операционного рычага.
6. Как определяется сила воздействия операционного рычага?

Практическое задание № 4

Методика проведения тренингов обслуживающего персонала

Цель: в результате выполнения работы студент должен получить навыки составления методических рекомендаций по проведению тренингов обслуживающего персонала и плана по их проведению и оценке результативности.

Задание: Разработать тренинг для обслуживающего персонала, работающего на предприятиях общественного питания различного типа (ресторан, кафе, столовая, бар), по заданию преподавателя.

Теоретическая часть

На сегодняшний день профессиональное обучение сотрудников стало одним из основных задач эффективного управления персоналом во многих предприятиях общественного питания. Комплексный непрерывный подход к обучению персонала формируется на основе потребностей развития, а также необходимости выполнения сотрудниками своих текущих должностных обязанностей.

Специфика работы сотрудников индустрии питания определяет необходимость знания ими традиций, культуры и поведения потребителей, а также тенденций развития рынка ресторанных услуг.

Персонал сегодня становится важнейшим ресурсом малых гостиниц, которым требуется грамотно управлять. Одним из современных подходов к подготовке служащих является концепция непрерывного обучения посредством создания учебно-тренинговых центров. Современное управление персоналом доказывает, что непрерывное обучение обеспечивает постоянное совершенствование профессионализма.

Каждый человек путем непрерывного обучения может улучшить выполнение своей работы. Это приводит к саморазвитию, а достигнутые результаты приносят моральное удовлетворение. Кроме того, целью обучения является подготовка к более ответственной работе и продвижения по службе. Повышение профессионализма само по себе приносит человеку огромное удовольствие, он становится восприимчивым к новым идеям, что способствует его творческому развитию.

Тренинги – это эффективное профессиональное обучение по предоставлению услуг, в области гостеприимства, по оригинальным программам по актуальной тематике, дающее персоналу новые идеи, методы, подходы в решении стратегических и оперативных задач; повышении качества обслуживания; оказывают помощь в решении вопросов и проблем, возникающих в процессе работы с персоналом. Также тренинги являются одним из методов подготовки кадров, что имеет важное значение для систематического обучения и позволяет решать важные вопросы и проблемы в подготовке персонала.

Тренинг – это набор средств, намеренных изменений психологических, феноменов человека или группы людей с целью гармонизации профессиональных и личностных действий человека. Тренинг имеет ряд дополнительных значений:

- планомерный подход, предусматривающий отработку определенных навыков в сочетании с усилением мотивации работника по совершенствованию работы;

- процесс, в ходе которого один тренирует другого относительно основ его деятельности путем интенсивного обучения, демонстрации и практической работы;

- ежедневное обучение и управления с целью повышения эффективности исполнительской деятельности.

В эти определения тренинга включают несколько важных управления персоналом:

- планомерная отработка навыков;
- инструктаж, демонстрация, практическая работа;
- мотивация к улучшению производительности и качества труда;
- стремление к повышению эффективности работы.

Основные качества хороших тренеров: заинтересованность в своих знаниях в роли «тренера», поиск потенциальных возможностей для развития персонала, развитие педагогических навыков, воспитание терпения и такта, что особенно важно для индустрии гостеприимства; владения вербальными и невербальными коммуникациями.

Тренинг может быть реактивным и активным. Реактивный тренинг инициируется в ответ на актуальную, насущную проблему в сфере оказания услуг, повышение производительности труда работника, поведенческая причина которого и установлена, и отделена от других возможных причин.

Активный тренинг, как правило, осуществляется в рамках корпоративной стратегии и в тесной связи с планами предприятия питания в сфере трудовых ресурсов. Такой тренинг значительной мере ориентирован на будущее и может быть вызван разработкой новых услуг, совершенствованием управления, внедрением новых бизнес-процессов, выходом на новые рынки.

Методические указания по выполнению задания

1. Определить целевую аудиторию для проведения тренинга (официант, бармен, хостесс....)
2. Составить подробный план лекции, отражающий основные вопросы тренинга.
3. Составить презентацию. Презентация из не менее 10 слайдов должна отражать процесс изучения одного конкретного вопроса
4. Составить итоговый тест. Количество вопросов не менее 6. Вопросы формулируются таким образом, чтобы позволить оценить степень освоения материала тренинга.

Контрольные вопросы:

1. Какова цель проведения тренинга обслуживающего персонала?
2. Основные виды и способы проведения тренингов обслуживающего персонала.
3. Особенности методик проведения тренингов обслуживающего персонала, в зависимости от типа предприятий общественного питания?

Практическое задание № 5

Анализ затрат времени при обслуживании посетителей

Цель: в результате выполнения работы студент должен получить навыки оценки качества работы обслуживающего персонала исходя из затрат времени при обслуживании гостей.

Задание: составить систему оценки работы обслуживающего персонала на основе таблицы «Анализ этапов качественного обслуживания». Система должна иметь форму измеримой шкалы и учитывать положительные факторы (соответствие требованиям) и отрицательные факторы (ошибки обслуживания). Итоговая оценка должна содержать числовой интервал, в котором работа официанта считается правильной. Также должно быть установлен числовой интервал, в котором работа официанта считается неудовлетворительной.

Теоретическая часть

Методические указания по выполнению задания

На основании данных, приведенных в таблице 4 и результатов исследования качества обслуживания составить бальную оценку качества работы официантов (барменов).

Таблица 4 – Анализ этапов качественного обслуживания

Этапы работы	Вид деятельности	Ответственность на этапе	Указания и рекомендации	Наиболее распространенные ошибки.
Резервирование стола	Зарегистрировать фамилию, дату, время, число персон, поинтересоваться, есть ли особые пожелания	Хостесс, официант, бармен	Уточнить пожелание гостя, предложить иное решение, если желаемое невозможно; подтвердить резервирование	Слишком долгий некорректный разговор; особые пожелания не записываются или о них забывают
Встреча гостей	Приветствовать. Помогать в гардеробе при раздевании; Проводить гостей к столу	Хостесс, Официант	Улыбаться при встрече, сообщить о готовности зарезервированного стола, принять вещи на хранение; идя впереди гостей, надо предупреждать о ступеньках и показать дорогу к столу; предоставить удобный стол, помочь гостям занять свои места	Равнодушное приветствие, отсутствие внимания; сообщение о неподготовленности зарезервированного стола; необъяснимое ожидание гостями приглашения к столу, предложение самостоятельного поиска свободного или зарезервированного стола
Подача карт-меню	Приветствовать гостей, занявших свои места за столом, подать гостям карты блюд и карты вин;	Хостесс, официант, сомелье	С улыбкой приветствовать гостей, карты блюд и вин подавать мгновенно без задержки, в достаточном	Карты, поданные с опозданием, грязные и с ошибками; отказ от аперитива не

Этапы работы	Вид деятельности	Ответственность на этапе	Указания и рекомендации	Наиболее распространенные ошибки.
	предложить заказать аперитив, предоставить гостям время для ознакомления с перечнем продукции и услуг ресторана		количестве, чистые и без помарок, быстро выполнить заказы аперитивов, зажечь свечи, если они есть на столе	сопровождается объяснением официанта, что не способствует созданию благожелательной обстановки
Прием заказа по карте блюд	Предоставить посетителям информацию о фирменных блюдах, о дежурных блюдах, а так же, о продукции, которая заинтересовала гостей	Официант	Дать посетителям обоснованные, квалифицированные, дельные советы; официантом выслушиваются особые пожелания гостей	Отсутствуют советы и рекомендации, гости самостоятельно разбираются с длинным перечнем закусок, блюд и напитков; особые пожелания гостей игнорируются
Прием заказа по карте вин	Предоставить посетителям информацию о напитках; рекомендовать напитки к выбранным блюдам	Официант, Сомелье	Рекомендовать напитки в том порядке, в каком будут подаваться блюда; уточнить особые пожелания гостей, касающиеся порядка и температуры подачи заказанных напитков	неуверенность посетителей, вызванная навязчивыми предложениями неподходящих для них напитков; отсутствие дополнительной информации о напитках
Завершение приема заказа	Обеспечить подачу аперитива; прочесть записанный заказ, четко называя блюда, напитки и их количество; получить подтверждение заказа	Официант, Сомелье	Карты-меню, а так же, таблички с номером стола и надписью «Зарезервировано» убираются со стола	Аперитивы подаются слишком медленно; посетители не уверены в правильности приема заказа, так как официант не повторил перечень заказанных блюд и напитков
Передача заказа на производство	Составить план подачи и расстановки блюд; сообщить повару об особых пожеланиях гостей; сообщить гостям время ожидания некоторых блюд, фиксировать заказ на кассовом терминале	Официант	Кассовые терминалы работают без сбоев; есть полное взаимопонимание работников кухни и работников сервиса; в сервисной имеются в наличии все необходимые предметы для обслуживания	При передаче заказа на производство возникают технические трудности; не подготовлены в достаточном количестве необходимые аксессуары для сервировки и качественного обслуживания гостей
Подготовка к качественному обслуживанию	Выполнить до сервировку стола необходимыми приборами; подать хлеб, выпечку и минеральную воду	Официант, Сомелье	Официант не забывает сменить пепельницу и сообщает гостям о времени готовности заказанных блюд	Предметы сервировки стола недостаточно чистые; качество и подача хлеба оставляют желать лучшего

Этапы работы	Вид деятельности	Ответственность на этапе	Указания и рекомендации	Наиболее распространенные ошибки.
анию				
Подача закусок и напитков к ним	Заполнить бокалы и рюмки гостей водой и напитками, которые сопровождают закуски; подать закуски	Официант, Сомелье	Строго выполняется температурный режим подачи блюд и напитков; предлагаются соусы, специи приправы, пищевой мед	Нарушена очередность подачи и правила обслуживания; посетителям мешают спокойно приступить к трапезе
Подача супов	Убрать посуду из-под закусок; вновь предложить хлеб и воду, подать суп	Официант	Официант не забывает пожелать приятного аппетита гостям и информирует их о выполнении особых пожеланий	Для супа подобрана неподходящая посуда, нет постановочных тарелок, неудобные ложки и не подан хлеб
Подача напитков перед горячим блюдом	Убрать использованную посуду; презентовать вино; наполнить вином соответствующие бокалы подготовить стол к подаче основного блюда	Официант, Сомелье	Посетителям показывают бутылки с вином; температура подачи вина является оптимальной для данного сорта вина; бокалы соответствуют подаваемому вину	Гости не видят этикетку; бокалы не соответствуют сорту вина, а наполняемость бокалов противоречит правилам обслуживания
Подача основного горячего блюда	Проверить соответствие приборов подаваемому блюду (мясные или рыбные); затем подать основное блюдо, если нужно, то отдельно подать гарнир и соус	Официант	Официант не забывает пожелать гостям приятного аппетита; при этом в первую очередь обслуживаются почетные гости и дамы; во время приема пищи посетителям не мешают	Подача вин выполняется слишком поздно; при подаче блюда края тарелок испачканы; всякие возражения гостей игнорируются; пепельница переполнена; у официантов отсутствует внимание к гостям, потеряно доверие
Обслуживание после подачи горячего блюда	Убрать всю использованную посуду, в том числе тарелки для хлеба, соусники и наборы для специй, убрать все ненужные приборы и зачистить стол.	Официанты	Тарелки убираются у всех гостей одновременно; уборка производится быстро и бесшумно	На столе остаются крошки; тарелки убираются не одновременно; забывают убрать соусники, масленки, салатники
Подача десертов и напитков к десертам	Уточнить заказ десертов и предложить дополнительно заказать десерты; произвести необходимую сервировку стола для подачи десертов и напитков; подать десерты и напитки	Официанты	Подача десертов и напитков к ним производится эффективно и красиво, например используется специальная тележки или при подаче используют фламбе	К десерту ничего не предлагают десерт подают слишком поздно или слишком рано

Этапы работы	Вид деятельности	Ответственность на этапе	Указания и рекомендации	Наиболее распространенные ошибки.
Подача кофе, чая диджестивов	Уточнить сорт кофе или чая; подать спиртные напитки кофе или чай	Официант, Сомелье	Подаваемые в конце обслуживания кофе, коньяк, сигареты, должны быть высшего сорта и безупречного качества; пепельницы вновь должны быть чистыми, а счет подготовлен к подаче	Подают не тот сорт кофе или чая; забывают подать сахар или сливки; не предлагают диджестивы; пепельницы не меняют; не обновляют сгоревшие свечи
Подача счета	Подать бланк счета; произвести операцию по расчету и выдать сдачу	Официант,	Оформить подачу счета на подготовленной тарелке с салфеткой или в специальной папке	Гостям приходится слишком долго ждать, пока их рассчитают; счет оформлен неверно его трудно разобрать; сдача выдана неправильно
Проводы гостя	Оказать помощь гостям при выходе из-за стола, проводить до гардероба, помочь одеться	Официант	Поблагодарить посетителей за посещение ресторана и пригласить прийти еще	После расчета к посетителям утрачиваются всякий интерес; работники ресторана забывают попрощаться с гостями

Контрольные вопросы:

1. Кому из обслуживающего персонала разрешено садиться на барный стул в ожидании заказа?
2. При оформлении заказа на кухню, какие блюда и в какой цех необходимо направить на приготовление прежде всего?
3. Что называют зоной гостя?
4. Какое максимальное количество времени допустимо с момента запроса расчета гостем до момента окончательного расчета?

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Васюкова, А. Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс]: учебник / А. Т. Васюкова, Т. Р. Любецкая; под ред. А. Т. Васюковой. – Москва: Дашков и Ко, 2015. – 416 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. Главчева, С. И. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С. И. Главчева, Е. И. Коваленко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. – 2-е изд. – Новосибирск: НГТУ, 2011. – 404 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).
3. Зайко, Г. М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб. пособие / Г. М. Зайко, Т. А. Джум. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. – 560 с. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1141777>
4. Организация производства и управление предприятием: учеб. / О. Г. Туровец, В. Н. Попов, В. Б. Родинов. – 2-е изд. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – 544 с.
5. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для академического бакалавриата / Г. С. Сологубова. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 332 с. – (Бакалавр. Академический курс). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/427592>
6. Халворсен, Ф. Основы кейтеринга: как организовать выездное обслуживание / Ф. Халворсен; пер. с англ. С. В. Прокофьева. – Москва: Ресторанные ведомости, 2005. – 304 с.
7. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. Г. Федцов. – 5-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 248 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

Локальный электронный методический материал

Инна Марковна Титова

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА
ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Редактор Е. Билко

Уч.-изд. л. 3,6. Печ. л. 2,8

Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»,
236022, Калининград, Советский проспект, 1