

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Конспект лекцій

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
галузі знань 24 Сфери обслуговування
спеціальності 242 Готельно-ресторанна справа
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2020

УДК 15 371 (07)
С 86

До друку

Голова Навчально-методичної ради Луцького НТУ _____ О.М.Ляшенко

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій
Луцького НТУ

Директор бібліотеки _____ С. С. Бакуменко

Затверджено Навчально-методичною радою Луцького НТУ,
протокол № ____ від _____ 2020 року.

Рекомендовано до видання навчально-методичною радою факультету екології,
туризму та електроінженерії Луцького НТУ,
протокол № ____ від _____ 2020 року.

Голова навчально-методичної ради факультету екології, туризму та електроінженерії
Луцького НТУ _____ В. І. Волинець

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи Луцького НТУ, протокол № ____ від _____ 2020 року.

Завідувач кафедри туризму

та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ _____ Л.М. Поліщук

Укладачі: _____ І.В. Тищук, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ

_____ Л. М. Поліщук, кандидат технічних наук, доцент, кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи Луцького НТУ

Рецензент: _____ О.М. Громик, кандидат географічних наук, доцент, кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи Луцького НТУ

Відповідальний за випуск: _____ Л.М. Поліщук, завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи Луцького НТУ.

С 86 Організація ресторанного господарства. Конспект лекцій для здобувачів
першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Готельно-
ресторанна справа» галузі знань 24 Сфери обслуговування спеціальності 242
Готельно-ресторанна справа денної та заочної форм навчання / укладачі:
І.В.ТищукЛ.М. Поліщук – Луцьк : Луцький НТУ, 2020. – 78 с.

Видання вміщує конспект лекційних тем та список рекомендованої літератури.

© І.В. Тищук, Л.Поліщук 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Найменування та опис компетентностей для ОП «Готельно-ресторанна справа»	
Структура залікового кредиту дисципліни «Організація ресторанного господарства»	5
Змістовий модуль 1	
Тема 1. Загальна характеристика закладів ресторанного господарства.	8
Тема 2. Кадровий потенціал та формування оптимальної концепції сучасних закладів ресторанного господарства.	12
Тема 3. Основні тенденції інтер'єру закладів ресторанного господарства.	17
Тема 4. Меню як основний показник інформаційного забезпечення закладів ресторанного господарства.	20
Змістовий модуль 2	
Тема 5. Обслуговування споживачів в сучасних закладах ресторанного господарства. Види організації.	28
Тема 6. Організація бенкетів та прийомів	43
Тема 7. Організація харчування туристів та проживаючих в колективних закладах розміщення.	47
Тема 8. Організація харчування пасажирів на транспорті.	53
Тема 9. Кейтерингове обслуговування, організація та види.	59
Тема 10. Організація обслуговування учасників ділових та культурних заходів.	65
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	75

ВСТУП

Дисципліна «Організація ресторанного господарства» є сучасною навчальною дисципліною, без якої неможлива підготовка спеціалістів, які працюватимуть в умовах діючого ринкового механізму.

Мета дисципліни – є формування в студентів сучасних теоретичних основ та практичних навичок організації та управління технологіями в ресторанному господарстві; набуття здатності у визначенні цілей і завдань діяльності закладів ресторанного господарства з раціоналізації процесів виробництва та сервісу, здійснення операцій пов'язаних із наданням основних та додаткових послуг в сфері ресторанного бізнесу.

Завдання дисципліни – вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка фахівців з таких питань:

- основи організації закладів ресторанного господарства, як ланки з надання послуг;
- організація постачання закладів ресторанного господарства;
- організація складського та тарного господарства;
- особливості виробництва кулінарної продукції в ринкових умовах;
- загальні принципи організації систем обслуговування у сфері ресторанного господарства;
- характеристика та класифікація видів, методів та форм обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства;
- організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства;
- організація обслуговування банкетів та прийомів;
- організація обслуговування споживачів під час проведення спеціальних заходів, у місцях відпочинку, на пасажирському транспорті тощо;
- організація процесу обслуговування певного контингенту споживачів у закладах ресторанного господарства;
- організація обслуговування туристів в закладах ресторанного господарства;
- раціональна організація в закладах ресторанного господарства.

Студент повинен знати :

- типи закладів ресторанного господарства, їх характеристика;
- вимоги до послуг ресторанного господарства згідно з стандартами України;
- напрями науково-технічного прогресу в галузі;
- організацію продовольчого і матеріально-технічного постачання;
- основи організації виробництва кулінарної продукції;
- форми і методи обслуговування споживачів;
- методику вивчення попиту на продукцію та послуги.
- зовнішні відмінні ознаки підприємств ресторанного господарства;
- якості та споживчі властивості сировини та готових страв;
- нормативну технічну документацію.

Студент повинен вміти :

- зробити порівняльну характеристику техніки сервірування та подачі страв
- оцінити асортимент страв та методи обслуговування споживачів офіціантами
- вирішувати ситуаційні задачі та завдання щодо визначення якості страв та напоїв, основи організації закладів ресторанного господарства, як ланки з надання послуг;
- організація постачання закладів ресторанного господарства;
- організація складського та тарного господарства;
- особливості виробництва кулінарної продукції в ринкових умовах;
- загальні принципи організації систем обслуговування у сфері ресторанного господарства;
- характеристика та класифікація видів, методів та форм обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства;
- організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства;
- організація обслуговування банкетів та прийомів;
- організація обслуговування споживачів під час проведення спеціальних заходів, у місцях відпочинку, на пасажирському транспорті тощо;
- організація процесу обслуговування певного контингенту споживачів у закладах ресторанного господарства;
- організація обслуговування туристів в закладах ресторанного господарства;
- раціональна організація в закладах ресторанного господарства.

Найменування та опис компетентностей для ОП «Готельно-ресторанна справа»

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя, Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, здатність працювати в команді.

Фахові компетентності спеціальності

Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності, здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність, здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів,

здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

Передумови для вивчення дисципліни

Для освоєння студентами необхідних теоретичних знань та отримання практичних навичок щодо тенденцій і проблем розвитку ресторанного господарства їм необхідно опрацювати такі дисципліни як «Організація харчування туристів», «Професійний етикет сфери послуг», «Технологія продукції ресторанного господарства», «Експертиза безпеки послуг у готельно-ресторанному господарстві».

Результати навчання

Результати навчання включають:

Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук, розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки, розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів, застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства, здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства, визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

Завдання лекційних занять

Мета проведення лекцій полягає у тому, щоб ознайомити студентів із головними теоретичними та практичними аспектами організації ресторанного господарства.

Завдання проведення лекцій полягають у:

- викладанні студентам у відповідності з програмою та робочим планом теоретичних основ організації ресторанного господарства;
- формуванні у студентів цілісної системи теоретичних знань з курсу «Організації ресторанного господарства»;
- формуванні в студентів сучасних теоретичних основ організації та управління процесами в ресторанному господарстві/

Структура залікового кредиту дисципліни «Організація ресторанного господарства»

Кількість годин									
Лекції		Практич-ні заняття		Самостійна робота		КПЗ		Контрольні заходи	
Д	З	Д	З	Д	З				

Тема 1. Загальна характеристика закладів ресторанного господарства.	1	1	4		4	8	2	Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 2. Кадровий потенціал та формування оптимальної концепції сучасних закладів ресторанного господарства.	1		4		4	8		Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 3. Основні тенденції інтер'єру закладів ресторанного господарства.	1		4		4	8		Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 4. Меню як основний показник інформаційного забезпечення закладів ресторанного господарства.	2		4	1	4	8		Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 5. Обслуговування споживачів в сучасних закладах ресторанного господарства. Види організації.	2	1	4	1	4	8		Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 6. Організація бенкетів та прийомів	2		2		4	8		Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 7. Організація харчування туристів та проживаючих в колективних закладах розміщення.	2		2		4	8		Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 8. Організація харчування пасажирів на транспорті.	2		2		4	8	2	Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 9. Кейтерингове обслуговування, організація та види.	1		2	1	4	10	1	Поточне опитування, презентація, доповідь
Тема 10. Організація обслуговування учасників ділових та культурних заходів.	1		2	1	4	10		Поточне опитування, презентація, доповідь
Курсова робота					30	30		Захист курсової
Разом	15	2	30	4	70	114	5	

Змістовий модуль 1.

ТЕМА 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.

Відповідно до ДСТУ 3862-99 «Ресторанне господарство. Терміни та визначення» зі змінами [затв. наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29.10.2003 р. № 185]. – [Чинний від 2003–12–01]. – Офіц. вид. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – «**Ресторанне господарство** – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього».

Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через підприємства (заклади) ресторанного господарства.

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва й закупних товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів.

Підприємство ресторанного господарства – це заклад (сукупність закладів), який є самостійним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку.

Найбільшу частку в структурі мережі закладів ресторанного господарства займають кафе, закусочні, буфети (більше 53 %), що обумовлено стійким попитом споживачів на продукцію і послуги цих підприємств.

Частка їдалень на сьогодні складає трохи більше 20 %, барів – 16, інших закладів ресторанного господарства – 7 %. З розрахунку на 100 тис. населення у країні функціонує шість ресторанів, 119 кафе, закусочних, буфетів, 35 барів, 14 їдалень та 11 інших закладів ресторанного господарства.

Згідно з проведеною науковцями класифікацією закладів ресторанного господарства у ДСТУ 4281:2004 та у підручнику «Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства» **є ряд основних ознак, за якими доцільно групувати підприємства (заклади) цієї сфери економічної діяльності.** Це:

– тип, що визначається сукупністю загальних характерних ознак торговельно-виробничої діяльності (тобто асортиментом продукції, рівнем обслуговування, номенклатурою надаваних послуг, рівнем матеріальнотехнічної бази). В Україні розрізняють 11 типів закладів (підприємств) ресторанного господарства: ресторан; кафе; кафетерій; закусочна; бар; їдальня; буфет; фабрика-заготівельня; фабрика-кухня; домова кухня; ресторан за спеціальним замовленням (кейтеринг);

– клас, що визначається сукупністю відмінних ознак підприємства (закладу) ресторанного господарства певного типу, яка характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва, закупних товарів, умов її споживання, організування

обслуговування та дозвілля споживачів. В Україні два типи закладів, а саме ресторани та бари поділяють на класи: «люкс», «вищий», «перший»;

- торговельна ознака, за якою можна виділити підприємства (заклади) ресторанного господарства, що продають продукцію і організовують її споживання в торговому залі, та такі, що продають продукцію для споживання за межами торгового залу;

- виробнича ознака, за якою підприємства (заклади) поділяються на ті, що мають власне виробництво, та ті, що не мають його (їдальні-роздавальні, буфети, в яких реалізують холодні та гарячі страви і напої тощо).

- комплексні, тобто декілька підприємств (закладів) ресторанного господарства, що розміщуються у торговельних, торговельно- розважальних та інших комплексах і мають загальний торговельний зал (тобто утворюють так званий майдан харчування);

- сезонність (або час діяльності впродовж року), за якою виділяють постійно діючі підприємства (заклади) ресторанного господарства та сезонні, тобто такі, що працюють у певний період (місяці) року;

- можливість переміщення у просторі, за якою розрізняють стаціонарні підприємства (заклади) ресторанного господарства та пересувні (автоїдальні, автобуфети, вагони-ресторани тощо);

- потужність, яка визначається за кількістю місць або обсягом продукції, що виробляється. Оскільки типовими проектами передбачено будівництво різних за цією ознакою підприємств (закладів) ресторанного господарства (наприклад, їдалень на 50, 100, 150, 200, 300, 400, 500 і більше місць; фабрик-заготівелень з потужністю виробництва 15, 25, 40 тонн тощо), то вони можуть бути поділені на відповідні підгрупи;

- характер контингенту, за яким вирізняють підприємства (заклади) ресторанного господарства, послугами яких може скористатися або будь-який споживач (тобто загальнодоступні), або лише певний чітко визначений за професійною ознакою контингент споживачів (тобто такі, що організовують харчування за місцем роботи, служби чи навчання), або певний, проте постійно змінний та неоднорідний за професійною ознакою контингент (тобто такі, що обслуговують відпочиваючих у пансіонатах або санаторіях, проживаючих у мотелях, глядачів у спортивних закладах і закладах культури, пасажирів на вокзалах, пристанях, в аеропортах тощо);

- методи обслуговування, за якими підприємства (заклади) ресторанного господарства можна поділити на дві основні групи: з обслуговуванням офіціантами та самообслуговуванням [1-7].

Вимоги до закладів ресторанного господарства поділяються на загальні та спеціальні (для закладів певного типу і класу). До загальних належать такі:

- у закладах ресторанного господарства всіх типів і класів повинні забезпечуватися безпека життя і здоров'я споживачів та збереження їхніх речей, виконання санітарних вимог, технічних норм і правил, чинних ДСТУ, ГОСТів, ТУ,

збірників рецептур страв, кулінарних і кондитерських виробів, наказів про порядок розробки та затвердження технологічної документації на фірмові страви, кулінарні та борошняні кондитерські вироби;

- планування території, прилеглої до підприємства, повинно забезпечувати зручний прохід і під'їзд відвідувачів на автотранспорті. Сходи, що ведуть до входу, повинні бути забезпечені спеціальними пандусами для пересування дитячих і інвалідних візків. Вхід повинен бути обладнаний дашком для захисту від атмосферних опадів;

- територія повинна бути ретельно прибрана. Основні маршрути проходження відвідувачів до підприємства повинні бути покриті асфальтом, декоративними плитами (бетон, камінь) або іншими матеріалами, що перешкоджають утворенню калюж, бруду, вибоїн;

- біля входу в підприємство повинні бути розміщені смітники, оформлені відповідно до архітектурного рішення туристського комплексу і його території, а також телефони-автомати. Тут рекомендується розміщувати рекламу, декоративні композиції із зелених насаджень, скульптури та інші елементи садово-паркового оформлення;

- заклади ресторанного господарства повинні мати необхідні, відповідно до свого типу, виробничі, торговельні та побутові приміщення, а також устаткування для приготування і продажу їжі, що відповідають екологічним та санітарно-гігієнічним нормам, правилам техніки безпеки і протипожежним вимогам. Обов'язковою і безумовною вимогою є відсутність сторонніх запахів, особливо з кухні і туалетів;

- склад і площі приміщень закладів мають відповідати будівельним нормам і санітарно-технічним вимогам до сфери ресторанного господарства;

- архітектурно-планувальні рішення та матеріально-технічне оснащення приміщень закладів ресторанного господарства мають базуватися на принципах раціональної організації виробничо-торговельних процесів;

- у закладах ресторанного господарства має бути забезпечена, відповідно до типу і класу, гармонія зовнішнього та внутрішнього оформлення;

- відповідно до типу і класу закладу ресторанного господарства має бути забезпечена наявність достатньої кількості столового посуду, наборів і столової білизни;

- при сервіруванні столів повинні використовуватися столовий і сортовий посуд, а також столове приладдя єдиного зразка. Обов'язковою умовою є єдиний стиль сервірування столів. Різні комплекти столового посуду, скла і столового приладдя можуть використовуватися для сервірування столів тільки тоді, коли особливості художнього рішення оформлення залу передбачають наявність локальних зон залу, що виділяються за рахунок особливого кольору столової білизни, меблів, предметів сервірування. Не допускається використання столового посуду, скла і столових приборів із слідами пошкоджень (сколи, тріщини). Сервірування столу повинно здійснюватися відповідно до прийнятих у світовій практиці правил обслуговування відвідувачів у ресторанах відповідної категорії;

- продукти, що використовуються для приготування страв, повинні мати сертифікат, який підтверджує відсутність шкідливих для здоров'я речовин (нітриту, нітратів і пестицидів), а також радіаційних і мікробіологічних забруднень, що перевищують встановлені норми. За відсутності сертифікату проводять лабораторний аналіз продуктів;

- меню підприємств, які працюють за методом самообслуговування, повинно бути вивішене у вестибюлі підприємства, біля входу в обідній зал і на лінії роздачі біля вузла розрахунку;

- кухарів, офіціантів й метрдотелів закладів ресторанного господарства приймають на роботу на конкурсній основі за результатами кваліфікаційних випробувань і соціологічного тестування;

- регулярно, але не рідше ніж раз на 5 років, проводиться переатестація виробничого, обслуговуючого, адміністративно-управлінського і технічного персоналу з метою підтвердження або підвищення кваліфікаційного розряду. Не менше ніж через 3 роки повинна проводитися професійна перепідготовка;

- кількість і професійно-кваліфікаційний склад працівників виробництва та обслуговуючого персоналу має забезпечувати виконання вимог згідно з типом і класом закладу ресторанного господарства;

- усі працівники закладу ресторанного господарства повинні бути одягнені у формений, спеціальний або санітарний одяг і взуття встановленого для цього підприємства зразка, що знаходиться у хорошому стані без очевидних пошкоджень і забруднень. Одяг повинен мати фірмові знаки з вказівкою категорії підприємства;

- обслуговуючий персонал закладу ресторанного господарства повинен надавати споживачам вичерпну інформацію про кулінарну продукцію, товари та послуги;

- інформація про тип і клас закладу, режим його роботи має бути розміщена на фасаді приміщення [1-7].

Спеціальні вимоги до закладів ресторанного господарства визначені такими характеристиками:

- місцезнаходження закладу і стан прилеглої території;

- вид, тип та особливості будівлі;

- комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;

- оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими наборами, білизною;

- процес обслуговування;

- асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, преїскуранта і карти вин;

- кваліфікація персоналу;

- номенклатура додаткових послуг

Використана література:

1. *Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm*
2. *Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>*
3. *Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.*
4. *Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.*
5. *Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с*
6. *Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Поколюдна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.*
7. *Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.*

ТЕМА 2. КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Основні вимоги, що ставляться до офіціанта, можна сформулювати так: гарний сервіс вимагає особливих людських якостей, як-от:

- комунікабельність;
- знання основ психології;
- дипломатичний підхід до гостей;
- самоповага;
- гумор;
- знання іноземних мов;
- швидке реагування на поведінку гостей;
- володіння ресторанним етикетом;
- знання структури ресторану і сформованої системи обслуговування;
- акуратність і охайність;
- вміння продавати;
- вміння виявляти турботу до гостя;
- вміння обслуговувати стильно й оперативно, передбачаючи бажання гостя;
- сердечність під час зустрічі;
- компетентність і кмітливість;
- дружелюбність і прояв особливої уваги до гостей.

Під оптимальною формою спілкування розуміють:

- коректні, без настирливості і панібратства відносини;
- вічливість;
- готовність надати послугу;
- повагу і терпимість;
- відчуття такту;
- стриманість і спокій [1-7].

Працівники сервісу беруть безпосередню участь у спілкуванні з гостями і символізують для них якість роботи всього закладу, отже, представляють тих своїх колег, які належать до працівників бек-хаус.

Велику роль відіграє зовнішній вигляд працівників: їхній одяг має подобатися гостям і їм самим, має передавати стиль певного закладу. Нині всі розуміють, наскільки важливу роль відіграє приваблива виробнича уніформа, вона є візитною карткою, своєрідним символом, засобом маркетингу. Не останню роль відіграє уніформа як засіб захисту від можливих травм.

Професійна підготовка персоналу та його розташування

Службовець сервісу повинен:

- уміти поводитися з інвентарем (підноси, келихи, скатертини тощо);
- уміти правильно сервірувати стіл;
- уміти організувати місця для гостей;
- бути готовим дати пораду щодо вибору страв і напоїв;
- уміти працювати з касою;
- правильно діяти в непередбачуваній ситуації і в разі виникнення конфліктів.

Щоб точно визначити потрібну кількість персоналу, потрібно скласти опис його розміщення. Це письмова інструкція, яка позначає цілі для кожного працівника в межах загальної організації зміни. Вона складається залежно від кількості очікуваних гостей (банкети, резервування, випадкові відвідувачі, постійні гості). Грамотно складена інструкція (розклад, графік) розстановки персоналу покращує продуктивність організації праці і водночас допомагає визначити, які допоміжні засоби знадобляться персоналу. У процесі прийняття нових службовців цей опис надає велику допомогу, дає змогу точно орієнтуватися в нових умовах. Добре освічені і задоволені своєю роботою службовці – це «золотий фонд» кожного успішного ресторану. Досвід засвідчує, що протягом тривалого часу люди пам'ятають перше враження, отримане ними на початку прийняття на роботу. Багато хто вже в перший день твердо визначає для себе, чи варто залишитися на новому місці або звільнитися. Це рішення здебільшого формується під впливом свіжих вражень. Новим службовцям допомагають долати невпевненість професійна підготовка і новий колектив, тому швидко пристосуватися і продуктивно працювати можуть лише ті, хто відчуває себе впевнено в нових психологічних умовах [1-7].

Важливе значення для успішності ресторанного закладу, підвищення його конкурентоспроможності на ринку послуг відіграють технології управління персоналом.

Доцільно звернути увагу на **основні принципи управління персоналом**:

1. У разі особистої невдачі керівник повинен нести особисту відповідальність, не перекладаючи її на підлеглих.
2. Керівник повинен сприяти постійному навчанню персоналу.
3. Керівник повинен перевіряти і контролювати підлеглих, не роблячи на них тиск.
4. Керівник повинен проявляти лояльність стосовно співробітників у випадках їхніх прорахунків і помилок, якщо це пов'язано з:
 - недостатньою компетентністю співробітника;
 - недостатньою поінформованістю для прийняття правильного рішення;
 - форс-мажорними обставинами.
5. У випадках, пов'язаних із халатністю, неорганізованістю, необхідні жорсткі заходи.
6. Керівник повинен ураховувати індивідуальні особливості співробітників та їхні потенційні можливості.
7. Керівник повинен постійно поліпшувати умови праці співробітників.
8. Керівник несе відповідальність за кінцеву оцінку результатів праці співробітників.
9. Керівник визначає необхідну винагороду за кінцеві результати праці.
10. Керівник повинен вирішувати конфліктні ситуації і виробляти компромісні рішення.

Основними складовими мотивації працівників зазвичай є:

- самолюбство і марнославство;
- самореалізація;
- суперництво;
- честолюбство і кар'єра;
- незалежність.

Найважливішими умовами для підтримки мотивації є:

- забезпечення стабільного матеріального становища;
- справедливість керівництва;
- командний дух;
- відсутність дискримінації;
- гарна організація робочого місця;
- стабільна зайнятість;
- маневрування трудовими ресурсами;
- соціальні пакети.

Коротко зупинимося на **питаннях оплати та стимулювання праці**.

1. Вимоги до основної системи оплати праці:

- не нижче, ніж у конкурентів;
- розмір винагороди має залежати від кваліфікації та досвіду;
- заробітна плата має щорічно підвищуватися;
- інформація про заробітки співробітників є конфіденційною.

2. Додаткова система оплати праці – це:

- премії за особистий внесок у справу;
- доплати за підвищення кваліфікації, стаж тощо;
- подарунки.

Стилі управління

Професійних фахівців – директорів ресторанів – у нашій країні просто немає, цього ніде не навчають. Багато чого доводиться вчитися на ходу, керуючись внутрішніми відчуттями. Однак теорії менеджменту та описані стилі управління цілком відповідають тому, що спостерігається в ресторанному бізнесі. Давайте розглянемо стилі управління.

Інструктивний стиль управління:

- рівень знань і навичок – низький;
- рівень мотивації – низький.

Сутність цього стилю управління полягає в такому: директор щоразу, доручаючи що-небудь своїм співробітникам, пояснює, як, коли і чому потрібно це робити. При цьому частину роботи виконує сам і за це жодної винагороди не отримує.

Для ***директивного стилю управління*** характерний:

- рівень знань і навичок – низький;
- рівень мотивації – високий.

Керівник, якому притаманний цей стиль, доручаючи співробітнику справу, не пояснює, як, коли і чому потрібно це зробити. Він вирішує питання гідною оплатою, але втрачає в якості продукту і кількості витраченого часу.

«Стрибкоподібний» стиль управління:

- рівень знань і навичок – відносно високий;
- рівень мотивації – відносно високий.

Керівник не пояснює співробітникам, як, коли і чому потрібно це зробити, оскільки персонал уже частково підготовлений або досвідчений у справах компанії. Питання оплати праці вирішуються на нормальному рівні, при цьому поєднуються різні методи управління – від директивного до інструктивного.

Делегувальний стиль управління:

- рівень знань і навичок – високий;
- рівень мотивації – високий.

Відмінний керівник. Одного разу витративши час і кошти на підготовку персоналу, він упевнений, що його люди знають, як, чому і що потрібно робити, йому не докучають дурними запитаннями, дають можливість подумати про рекламу і маркетинг підприємства [1-7].

П'ять принципів мотивації для керівника:

1. Виховувати і підтримувати самоповагу в підлеглих. Якщо керівник не поважає себе або співробітників, то чим тоді повинна мотивувати себе людина під час виконання своїх зобов'язань?

2. Концентруватися на конкретній поведінці. Доручаючи що-небудь або аналізуючи причини невдачі проекту, варто пам'ятати, що слід говорити лише про те, що характеризує конкретний випадок.

3. Використовувати техніки посилення формування поведінки. Мотивація співробітника і стимулювання його праці є першим завданням після вироблення компанією плану дій із дохідної частини.

Довівши до співробітників план дій, ви ставите завдання щодо їх виконання, застосовуючи техніки мотивації і стимулювання.

4. Активно слухати і демонструвати розуміння. Мовчки кивати головою і дивитися в очі недостатньо. Необхідно повторювати окремі слова з висловлювань співробітників або кілька слів із невеликого монологу, тоді співробітник переконується, що керівник його зрозумів, і продовжує говорити далі. Цей чинник розуміння є дієвим протягом життя. Доцільно застосувати цю техніку в житті і на роботі – вона працює, у людей не залишається відчуття, що вони говорили даремно.

5. Чітко визначати завдання і терміни їх виконання. Візьміть собі за правило: коли ви даєте доручення співробітникам і ставите перед ними завдання, обумовлюйте терміни їх виконання. Навіть якщо це завдання на сьогодні – все одно обговоріть час виконання. Потрібно вміти правильно давати доручення і ставити завдання. Переконайтеся, що ви і співробітник зрозуміли одне одного. Коучинг – це інструкція для поліпшення роботи. Завдання ви дали, терміни виконання обумовили, переконалися, що вас зрозуміли правильно, пояснили, за якими напрямками і як технічно діяти. Співробітник старається, справа просувається добре. Ви вже в передчутті результату, але раптом усвідомлюєте, що справа стала повільно просуватися або почала рухатися в іншому річищі. Необхідно вжити заходів, щоб праця людини не була даремною, а завдання було виконано точно і в строк [1-7].

У керівника при цьому повинні бути *два міркування*. По-перше, не можна відбирати доручене завдання в людини, яка в цей момент із якихось причин не може впоратися з ним. Спочатку потрібно спокійно подумати. Припустимо, ви зрозуміли, що завдання неймовірно ускладнилося, а кваліфікації співробітника, якому ви доручили виконання, бракує. Подумайте, чи можна залучити більш компетентну людину для допомоги, але залишивши при цьому доручене завдання за першим співробітником (проте дивіться, щоб у пориві службового завзяття справа не дійшла до сварки між ними). По-друге, можливо, початкове завдання потрібно відкоригувати, спрямувати дії трохи інакше, якщо ситуація змінилась або ускладнилась. Необхідно дати коригувальну інструкцію. І в першому, і у другому випадках інструктування здійснюється за такою *схемою*:

1) ґрунтуючись на своїх спостереженнях, складіть план подальших дій і після цього призначте зустріч співробітнику. Дайте йому зрозуміти, що розмова буде про завдання;

2) на початку розмови чітко позначте тему (завдання стало розв'язуватися в іншому річищі, ускладнилось, ситуація змінилась тощо);

3) уважно вислухайте свого співробітника (слухайте активно), дайте йому можливість розповісти про те, що він виконав, які він намітив плани, у чому бачить розв'язання труднощів, що виникли;

4) разом досліджуйте проблему: послідовно розберіть усілякі

варіанти виконання завдання, способи подолання труднощів. Якщо справа стосується недостатньої компетентності, запропонуйте співробітнику допомогу його більш кваліфікованого колеги або спеціаліста;

5) дійдіть згоди щодо усунення проблеми: разом складіть план дій, обговоріть терміни, намагайтеся зафіксувати ваші плани і методи роботи на папері («Тупий олівець краще гострої пам'яті!»);

6) призначте наступну зустріч для обговорення результатів; спрямуйте працівника на успіх, скажіть, що ви вірите в нього, і він обов'язково виконає це доручення (крім того, пообіцяйте, що під час виконання завдання з допомогою більш компетентного співробітника його особистий внесок у вирішення справи ніхто не зменшить) [1-7].

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покогодна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 3. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНТЕР'ЄРУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Підприємства ресторанного господарства як суб'єкти інфраструктури ринку можна підрозділити на ресторанны мережі (мережеві) і незалежні.

Згідно з визначенням, даним Міжнародною франшизною асоціацією (InternationalFranchiseAssociation), франшиза є безперервними взаєминами між франчайзером і франчайзі, при яких всі знання, успіх, виробничі і маркетингові методи надаються франчайзі в обмін на термінове задоволення інтересів.

Франчайзинг- організація ресторанного бізнесу, при якій власник торгової марки, торгового імені або авторського права на виробничу систему (франчайзер) дозволяє іншій фірмі (франчайзі) їх використання за умови виконання певних умов.

Майстер франчайзі - приватна особа, товариство або корпорація, що купили права представляти франчайзера на великій території (часто іншої країни) шляхом продажів франшиз в ній.

Роялті - періодична (щоденна або щомісячна) сервісна плата франчайзі франчайзеру за права на бізнес, розмір якої може складати від 2 до 11,5% доходів ресторану і безпосередньо залежить від обсягів продажів. Роялті є доповненням до первинної суми, виплаченої при укладенні договору між сторонами.

Види інтер'єрів ЗРГ.

- о історичні (ампір, класицизм, неокласицизм, барокко, рококо, готичний);

- о модерн;

- о мінімалізм;

- о хай-тек;

- о етнічні стилі (кантрі, японський, еко-стиль) [1-7].

Ампір (з франц. - імперія) - стиль перших трьох десятиліть XIX століття, що завершує розвиток класицизму. Для нього характерні парадна пишність архітектури та інтер'єрів. Розрізняють два види стилю ампір: європейський і східноєвропейський.

Європейський - пишніший: багато золота, ліпнини, колони, капітелі (верхня частина колони прикрашається орнаментом).

Східноєвропейський ампір - менш пишний, але спокійніший, ліричний.

Класицизм сформувався в кінці XVIII століття і є актуальним донині. Для стилю характерна сувора гармонійність всіх його складових (меблі, облаштування стін, штори, посуд). Декор використовується в мінімальних кількостях.

Неокласицизм - стиль ретро. Характерні прикраси - листя, морські раковини, античні фігури.

Барокко - основний стильовий напрям в декоративному мистецтві Європи і Америки кінця XVI - середини XVIII століття. Йому властиві контрастність, напруженість, динамічність образів, прагнення до величчя і пишноти, поєднання реальності та ілюзії.

Рококо - стильовий напрям в європейському декоративному мистецтві першої половини XVIII століття. Для цього періоду характерні вишуканість, театралізація, комфорт, фантазії і міфічні сюжети.

Готичний стиль виник в першій половині XII століття у Франції та Англії і пізніше поширився по всій Європі. Характерний для концептуальних ресторанів, стилізованих під готичне підземелля, середньовічний замок або собор.

2Модерн - стиль кінця XVIII - початку ХГХ століття. Для нього характерні нові техніко-конструктивні рішення: планування, пастельні тони, поєднання зелених і фіолетових відтінків, лаконізм, абстрактні лінії, художня виразність природних матеріалів- дерева, каменю, скла і металу. Модерн- невід'ємна частина віденських кафе [1-7].

Для його стилю типові асиметрія і використання рослинного орнаменту, декоративні елементи.

Мінімалізм - сформувався в 60-х роках ХХ століття. Характеризується створенням предметів і форм, яким немає аналогів у природі. Мінімалізм відрізняється відсутністю узорів, декору, невеликою кількістю аксесуарів. Інтер'єри оформляють в суворому стилі, чистота якого асоціюється з цінностями "благородної простоти". У конструкції меблів використовується нехромована сталь.

Стиль хай-тек (від англ. Hightechnology - висока технологія). Елегантності цьому молодіжному стилю оформлення залів додає використання сучасних матеріалів- пластика і металу. **Стиль хай-тек** потребує правильного освітлення: при слабкому освітленні предмети, які мають в холодні кольори, здаються світлішими, тоді як теплі втрачаються. Стиль хай-тек добре використовувати для проведення національного свята, презентації національних страв.

Кантрі - сільський стиль. Його відрізняє грубувата добротність натуральних матеріалів: глини, дерева, виробів з лози. Особливий колорит властивий як американському, так і українському, російському, англійському, скандинавському, швейцарському стилям кантрі. В якості аксесуарів використовуються старовинні речі, книги, засушені квіти.

Стиль кантрі використовують для оформлення пивних барів, клубів, кабачків і заміських ресторанів. Для сервіровки столу підбирають посуд з товстого кольорового скла, кераміки або фаянсу.

Японський стиль. Девіз стилю - "будь чистим". В японській культурі немає прагнення до розкоші. Важлива особливість японських інтер'єрів - їх освітлення. М'яке розсіяне світло створює відчуття блаженства. Інтер'єр повинен гармонувати із зовнішнім світом, пейзажем, що відкривається з вікон (імпровізована водоймища, майстерно вирощені бонсаї - карликові дерева або інші "куточки природи").

Еко-стиль. Основний принцип стилю - екологічність, прагнення до єднання з природою. Головні елементи: природні матеріали, природна колірна гамма, зимові сади. Цей стиль передбачає використання живих кольорів, аксесуарів з дерева і берести [1-7].

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А.,

Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Поколотна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 4. МЕНЮ ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Не намагайтеся продавати!

Допомагайте гостям купувати!

«Продаюче» меню: концепція, базові принципи складання, алгоритм розробки. Термін «меню» походить від французького «menu» й означає:

– розклад страв і напоїв на сніданок, обід і вечерю, а також раціони (триразового харчування), складені для обслуговування нарад, симпозіумів та ін.;

– це бланк, карта, аркуш паперу, де друкується або пишеться найменування страв;

– перелік розташованих в одному порядку різних холодних і гарячих закусок, перших і других страв, гарячих і холодних напоїв, борошняних кондитерських виробів, наявних у продажу ресторану на даний день з вказівкою цін, виходу, методу приготування і переліку компонентів, що входять до їх складу;

– візитна картка ресторану, засіб реклами, маркетинговий інструмент продажів.

Візитна картка ресторану, засіб реклами, маркетинговий інструмент продажів та концепція максимального прибутку ресторану – це сучасна характеристика меню, професійного, що має назву **«продаючого» меню**.

«Продаюче» меню-те, що буде продавати себе саме, доповнювати візуалізацією слова офіціанта, давати повну інформацію про страву, орієнтоване на підвищення середнього чека, воно має бути складено так, щоб допомагало використовувати методи і технології активних продажів.

Управління продажами через меню – це метод продажів, який повинен нагадувати ненав'язливого консультанта, професійна діяльність якого побудована на поєднанні законів продажів, дотриманні візуальних і колірних вимог, де все підпорядковано чіткій математичній логіці. Меню ресторану – це одночасно фінансовий план і вивіска ресторану. Управління продажами через меню – кращий

маркетинговий інструмент для реалізації планів. Саме меню мотивує гостя відвідати ресторан ще раз і зробити другу «покупку».

Меню завжди приділяють особливу увагу – який конструктив, скільки страв у тому чи іншому розділі, скільки взагалі позицій зробити, як зберегти концептуальну єдність, який спосіб візуалізації вибрати, шрифт, колір, як правильно написати текст тощо. Меню, в кінцевому підсумку, визначає тип цільової аудиторії, якої кваліфікації співробітники будуть потрібні, перелік обладнання та багато іншого. Все це в комплексі буде визначати продаж і прибуток підприємства.

У ресторані в тандемі працюють два продавці – меню, яке дає гостю візуальну інформацію, і офіціант, який вербальним шляхом підтверджує або доповнює інформацію про страву [1-7].

Базові принципи складання меню. Меню повинно бути:

- зрозумілим і доступним;
- логічним;
- технологічним для кухні;
- відображати максимальні можливості ресторану;
- відображати спеціальні пропозиції, розраховані на аудиторію ресторану.

Меню, складене відповідно до цих принципів, буде продавати само себе.

Що робить меню «продаючим»? Основні аспекти:

- ✓ форма та оформлення;
- ✓ відповідність концепції ресторану;
- ✓ збалансованість, тобто:
- ✓ кількість страв у меню і по групах;
- ✓ відсутність страв-конкурентів;
- ✓ збалансований вихід страв;
- ✓ логічне ціноутворення;
- ✓ відповідність цін у меню очікуванням гостя;

актуальність пропозиції[1-7].

Розглянемо ці ключові пункти докладніше.

Форма та оформлення меню. По-перше, графічне оформлення і колірна гама повинні відповідати стилістиці й кухні ресторану. По-друге, слід використовувати зрозумілі та читабельні шрифти. Що стосується фотографій страв, вони доречні тільки для мережеских закладів (у меню «серйозних» ресторанів їх бути не повинно). При використанні фотографій слід пам'ятати, що вони добре «працюють», тільки якщо на аркуші розміщено одне фото: в цьому випадку збільшення продажів може скласти до 30%. Пам'ятайте, що надлишок «візуальних сигналів» зменшує ефект від їх використання.

Зміст меню. Опис страви не повинен бути нудним, з перерахуванням інгредієнтів: він має включати в себе також спосіб приготування, подачі на стіл, якісь особливості або «фішки». Якщо це відповідає концепції ресторану, опис повинен бути представлений і іноземною мовою.

Групи меню мають бути невеликими, по 5–8 страв на кожну категорію. Якщо оформлення занадто строкате, в переліку позицій присутня безліч незрозумілих страв, гість, швидше за все, вибере найпростіше (наприклад, сендвіч).

Перша і остання позиції в кожній групі – точки фокусування уваги гостя: найвигідніші позиції повинні бути або на початку, або в кінці списку. Правий лист меню сприймається краще, ніж лівий. Виділяйте «хіти» кожної групи меню (не більше 1–2 «хіти» на кожну категорію!).

Меню повинно бути зрозумілим – з цим не можна не погодитися, адже кожен буває в ролі відвідувача ресторану, і пробиратися через «дебрі» складних назв навряд чи комусь подобається. Так, формулювання «сагудай з муксуна», при всієї екзотичності абсолютно ні про що не говорить гостю. А ось, наприклад, «філе лосося в італійським вині з прованськими травами» – це відразу викликає апетит.

Відповідність концепції ресторану. Меню повинно говорити з гостем на одній мові й чітко відповідати заявленій концепції ресторану. Наприклад, ресторан італійської кухні повинен містити в основному страви саме італійської кухні. Звичайно, з точки зору маркетингу можливі кілька напрямків кухні для одного ресторану, але при цьому основна концепція має поширюватися на більшу кількість страв. Додаткові напрямки продажів повинні бути невеликими й містити в основному «хіти».

Від концепції залежить і загальна кількість страв. Так, в паназійському ресторані меню може включати більше 100 позицій, а в європейському – не більше 60–70 позицій. Заклади української кухні припускають наявність у меню 80–100 позицій, а гастрономічний ресторан – не більше 40 (щоб їх назви та описи вміщалися на одному розвороті). Більше позицій – не означає краще! [1-7].

Дослідження показали, що пропозиція надмірної кількості можливостей призводить до зниження *конверсії* в 10 разів. Тобто надлишковий вибір діє як відсутність вибору.

Конверсія продажів – це параметр маркетингової стратегії, який показує співвідношення серед реальних покупців (людей, які оплатили послугу) і потенційними клієнтами, які можуть купити товар, але з якоїсь причини це не роблять.

Кількість страв у меню впливає відразу на кілька факторів:

- швидкість видачі страв (кухар і працівники кухні відмінно пам'ятають усі рецепти);

- якість і смак страв, а також їх зовнішній вигляд (більш творчий підхід до оформлення страв, немає «потоків» і стандартів для зовнішнього вигляду, як при великому потоці, немає поспіху – немає порушень рецептури);

- кількість списань у зв'язку з псуванням (оптимізація робочого процесу завдяки відмові від позицій-аутсайдерів і вимушених закупівель продуктів під ці «нерейтингові» страви);

- позиції, що входять в одну-дві страви;

– сировинні конкуренти, від яких необхідно позбавлятися, орієнтуючись на АВС-аналіз продажів.

Збалансованість виходу страв. Спрощує роботу кухаря і підвищує якість його роботи; робить меню зрозумілим для гостя. Не потрібно забувати й про простий фізіологічний момент: середня місткість шлунка становить 850 грамів, тобто гість за один раз може з'їсти салат, суп, гаряче й випити напій. В ідеалі, ще й десерт!

Фахівці ресторанного бізнесу рекомендують провести кожну товарну групу до двох стандартів виходу, наприклад:

✓ салати – 180 і 220 грамів;

✓ суп – 220 і 380 грамів;

гарячі страви – 200 і 300 грамів [1-7].

Логічність ціноутворення. Аналіз ціноутворення допомагає зрозуміти, дорого для гостя відвідування даного ресторану чи ні, чи є ресурс для підвищення цін. Ціноутворення залежить від концепції, аудиторії, зовнішнього оточення, поточних продажів і низки інших чинників.

Процес формування цін повинен базуватися на ключових принципах, логічних і зрозумілих для гостя. Наприклад, таких:

– найдорожчий салат не може коштувати дорожче найдешевшої основної страви;

– дорогі та оригінальні позиції слід виносити в розділ «Страви від шеф-кухаря»;

– ціни повинні бути логічними і з точки зору сировинної ознаки (страви з курки не можуть коштувати дорожче страв з яловичини);

– страви з великим виходом мають бути дорожче страв з меншим виходом (у рамках однієї групи страв).

Складання меню для цільової аудиторії. Крім усього перерахованого вище, меню необхідно адаптувати під конкретну аудиторію: під відвідувачів, які найчастіше відвідують ваш ресторан. Для цього слід провести певні дослідження: зрозуміти, хто ходить у ресторан, в який час дня, якими групами. Тобто потрібно скласти портрет цільової аудиторії та провести аналіз потоку чеків:

✓ за кількістю гостей;

✓ за днями тижня;

✓ за тривалістю відвідування;

✓ за сумою.

Що це дасть? Результати аналізу чеків допомагають відповісти на питання:

✓ скільки часу гості проводять у вашому закладі;

✓ хто приходить частіше – одинокі гості або компанії;

✓ як різняться середній чек у залежності від дня тижня / від часу;

✓ який час відвідування найбільш популярний.

Висновок. Меню є основним інструментом продажів у ресторані: з ним треба регулярно працювати; його потрібно аналізувати, адаптувати з урахуванням змін життєвих реалій і зовнішнього оточення. В результаті грамотно проведених заходів щодо вдосконалення меню вдається домогтися реальних результатів:

✓ збільшення середнього чека на гостя;

- ✓ скорочення витрат;
- ✓ збільшення відвідуваності;
- ✓ підвищення прибутку.

Алгоритм розробки «продаючого» меню. Механізм розробки меню, що само себе продає, складається з трьох етапів:

Етап 1. Аналітичний. При проведенні аналізу продажів користуються певними математичними методиками та інструментами, серед яких АВС-аналіз. Дана методика включає:

- ✓ критерії аналітики продажів;
- ✓ методики меню-інжинірингу;
- ✓ товарно-сировинну матрицю.

Етап 2. Практичний – проведення практичних заходів щодо розробки «продаючого» меню:

- ✓ опрацювання страв, складання ТТК;
- ✓ АРТ-опрацювання страв;
- ✓ проведення процесу навчання;
- ✓ проведення тренінгових сесій;
- ✓ перевірки страв методом комплементів і тестування;
- ✓ навчання персоналу кухні роботі бренд-стравами в затвердженому меню.

Етап 3. Розробка дизайн-макету:

- ✓ аналіз зовнішнього вигляду існуючого меню;
- ✓ розробка тексту меню, алгоритмів і документації;
- ✓ дизайн-макет і оформлення меню;
- ✓ впровадження меню в роботу ресторану.

2. Аналіз і оптимізація меню. АВС-аналіз як ефективний інструмент ціноутворення та аналізу продажів у ресторані: мета та алгоритм проведення, значення. АВС-аналіз заснований на законі Парето (Закон Парето, або принцип Парето, або принцип 20/80 – емпіричне правило, назване на честь економіста й соціолога Вільфредо Парето; в найбільш загальному вигляді формулюється як «20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль – лише 20% результату»). У ресторанному бізнесі використовується трансформована модель Парето й вводяться три групи аналізу асортименту страв у меню:

- ✓ група А – 50% виручки закладу на місяць;
- ✓ група В – 30% виручки закладу на місяць;
- ✓ група С – 20% виручки закладу на місяць.

АВС-аналіз покликаний реалізувати наступні можливості збільшення обсягу продажів страв у ресторані:

- виявити позиції-лідери та позиції-аутсайди;
- визначити доцільність витрачання грошових коштів на закупівлю сировини (продуктів) для страв, які продаються мало;

– регулювати ціноутворення в меню в бік зменшення або збільшення відпускної ціни;

– виявити позиції (з групи С), які слід вивести з меню;

– виявити пересічні за сировинним набором страви. Чим більше таких страв – тим менше витрати на їх виробництво.

АВС-аналіз – один з найефективніших інструментів ціноутворення та аналізу продажів у ресторані. Його ефективне використання може збільшити виручку закладу з існуючим потоком гостей на 30–40% [1-7].

Типи і види АВС-аналізу. АВС-аналізи меню діляться на: групові (за 55 товарними групами); валові (за виручкою); маржинальні (за маржею); з прив'язкою до тимчасових періодів.

Групові АВС-аналізи – покликані виявити споживчий попит на окремі групи страв:

- ✓ страви бізнес-ланчу (в разі можливості вибору страв за спеціальним меню);
- ✓ спиртні напої;
- ✓ страви основного меню (вечірня торгівля);
- ✓ бенкетні та фуршетні страви;
- ✓ кондитерські вироби й десерти;
- ✓ суші (інша група автентичних страв);
- ✓ сорти та марки напоїв (наприклад, горілка, пиво, віскі і тощо).

Валовий АВС-аналіз – аналіз статистики продавання страв за виручкою.

Маржинальний АВС-аналіз – сортування страв за трьома групами по маржі (грошовому вираженні націнки).

АВС-аналіз з прив'язкою до тимчасових періодів – аналіз, який має на меті оцінки продажів певного періоду часу (дні тижня, окремі години, місяці в році). Як правило, аналіз короткого періоду вимагає аналізу чеків і ручного вивантаження з АСУ (автоматизованою системою управління) ресторану.

Кожен окремий АВС-аналіз дає чітке розуміння того, які управлінські рішення потрібно приймати в питаннях асортиментної політики меню та ресторану взагалі.

Концепція меню-інжинірингу. Принципи конструювання меню та його складання з урахуванням економічної ефективності. Удосконалюючи меню ресторану, необхідно врахувати й проаналізувати всі нюанси. Але як домогтися бажаного результату, не зробивши помилок і не заплутавшись у розрахунках? Виявляється, спосіб є. Menu Engineering – метод, розроблений вченими Мічиганського університету і широко використовуваний у зарубіжній практиці. Він дозволяє успішно аналізувати меню в ресторані й з легкістю керувати ним.

Концепція Menu Engineering вирішує ряд завдань, спрямованих на те, щоб створити дійсно прибуткове меню. Меню-інжиніринг дозволяє оцінити показники (популярність/прибутковість) позицій меню, це дослідження рентабельності та популярності страв у меню і того, як ці фактори впливають на розміщення страв у меню.

Мета меню-інжинірингу – збільшити рентабельність з розрахунку на одного відвідувача. Метод дозволяє швидко й точно аналізувати дані про продажі й отримувати загальну картину по всьому меню, а також давати рекомендації для кожної окремої позиції. Все це дозволяє збільшувати маржинальний прибуток закладу в наступних періодах. Початковий меню-інжиніринг займає близько тижня і дозволяє збільшити постійні доходи ресторанів на 10-15%.

Аналіз продажів по меню-інжиніринг визначає, який внесок у прибуток закладу робить кожна з позицій меню в залежності від її маржинального прибутку й популярності. *Маржинальний прибуток* = виручка від продажів мінус змінні витрати.

Змінні витрати – це витрати, щодо яких умовно вважається, що вони змінюються прямо пропорційно зі зміною обсягів виробництва. Сума змінних витрат підприємства знаходиться в прямій залежності від обсягу виробничої або збутової діяльності. До змінних витрат належать: матеріальні; по реалізації продукції; амортизаційні відрахування; заробітна плата виробничого персоналу; адміністративні та управлінські витрати [1-7].

Меню-інжиніринг складається з наступних послідовних етапів:

- ✓ розробка асортиментного переліку страв;
- ✓ складання проекту технологічних та калькуляційних карт;
- ✓ опрацювання меню з дегустацією. Головний сенс опрацювання полягає в тому, щоб об'єктивно оцінити, наскільки відповідає страва концепції меню за смаковими якостями, презентацією, способом приготування, дизайном і подачею;
- ✓ розробка і створення технологічної документації, калькуляційних карт, актів списання, проробок, фотографій презентації страв. Навчання менеджерського складу ресторану;
- ✓ ціноутворення на підставі калькуляційних карт;
- ✓ остаточне затвердження асортиментного переліку страв;
- ✓ розроблення описовою та навчальної документації для працівників залу: книги страв, «смачні слова», міні-тренінги;
- ✓ створення листа PAR (список мінімальної кількості продуктів, необхідних для безперебійного функціонування ресторану);
- ✓ пошук постачальників, формування списку постачальників, бажані постачальники, дублери. Необхідно перестрахуватися в разі, якщо в основних постачальників не буде в наявності товару – скористатися послугами дублера;
- ✓ спільна робота з постачальниками з просування продуктів. Постачальники пропонують, наприклад, оплатити сторінку меню, де буде розміщений тільки їх товар. Або вони готові надати грошовий приз за продаж певної кількості їх товару. Постачальники можуть так само при впровадженні на ринок нового товару надати ресторану його безкоштовно, а ви, в свою чергу, повинні будете як комплімент від ресторану піднести даний продукт гостю;

- ✓ дизайн-меню. Необхідно вирішити, з якою друкарнею працювати, яка буде обкладинка, її форма, колір, розмір, матеріал, а також сторінки, якість паперу, наявність фотографій в меню, якість друку; внесення калькуляцій в складську та касову системи [1-7].

Після 6 місяців роботи, на підставі звітів з продажів, робиться висновок, які страви виявилися популярними, а які необхідно прибрати з меню або замінити. Дані висновку є підставою пошуку нової рецептури страв, продуктів і постачальників, опрацювання, формування технологічних і калькуляційних карт, затвердження асортиментного переліку меню ресторану.

Концепція товарно-сировинної матриці. Матриця – слово-то яке загадкове. Але якщо навести кілька синонімів, то стає відразу ясно – це може бути перелік по базі продуктів, матриці продуктів або сировини, стравам або позиціям меню. У ресторані кілька матриць. Матриця продуктів є стримуючим критерієм по завданням і можливостям виробництва.

Дана методика дозволяє провести аналіз меню з точки зору виходу страв і його відповідності планованим продажам, *кросингів* продуктів. Щоб матриця була компактною, слід систематизувати методи ціноутворення, а також дати можливість здійснити наповнення розділів страв меню, більш ходовими товарами, не збільшуючи загальне число страв.

Матриця і кросинг продуктів. Кросинг продуктів – це методика виявлення одиночно використовуваних і важких у зберіганні інгредієнтів у стравах.

Чим загрожує наявність такого інгредієнта?

- ✓ потенційним ризиком втрат від списань через погіршення якості заготовки;
- ✓ продукт може довго зберігатися на складі або в холодильнику, що також впливає на його якість;
- ✓ якщо продукт дорогий, то відбувається довга оборотність вкладених коштів;

як покаже АВС-аналіз, страва з таким інгредієнтом знаходиться в *аутсайдерах* продажів [1-7].

Дії керівника кухні:

- ✓ вивести ці страви з меню;
- ✓ інгредієнт ввести в ще кілька страв;
- ✓ при створенні такого кросинга інгредієнта попрацювати з ціноутворенням, розміром порції і зменшенням кількості інгредієнта;
- ✓ спробувати замінити рідкий інгредієнт на більш «прохідний» аналог.

При роботі методом кросингів продуктів важливо, щоб один і той же інгредієнт входив у якомога більшу кількість страв. Тільки розділи меню повинні бути різні.

Матриця й технологія приготування. Кількість страв у меню впливає на швидкість видачі страв, адже не можна виключати факт, що запам'ятати більшу

кількість рецептів складніше. Тому щоб пам'ятати технологію приготування страви, краще завантажувати кухарів і працівників кухні меншою кількістю рецептів.

У європейській і українській кухні більшість страв мають індивідуальний рецептурний склад (набір продуктів) і технології обробки: приготування як страви, так і гарніру й соусу різноманітні, змінюється нарізка, оформлення і навіть вид тарілки. У китайській і паназійській кухнях є багато уніфікованих страв, тому пропозиції кухні ширше, і шеф-кухар іноді діє при творенні страв методом конструктора: італійські траторії з піццями й пастою – схожий підхід у технології та складанні страви в цілому.

Не варто забувати, що продумана кількість страв впливає на якість і смак, а також на зовнішній вигляд. Якщо технологічний процес продуманий, прописаний технологічний стандарт, то за наявності штатного й кваліфікованого персоналу можливий більш творчий підхід до оформлення страв, дотримується стандарт зовнішнього вигляду. Тобто виводимо наступний критерій: немає поспіху – немає порушень рецептури.

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покоloodна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 5. ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В СУЧАСНИХ ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ВИДИ ОРГАНІЗАЦІЇ.

В технологічному процесі обслуговування залучена велика кількість службового персоналу, до якого перш за все відносяться: швейцари, гардеробники, метрдотелі чи

адміністратори залів, офіціанти, бармени, касири, продавці, роздавальники та інші посадові особи. Схема технологічного процесу обслуговування складається з наступних операцій:

- 1) зустріч гостей;
- 2) супроводження гостей та їх розміщення;
- 3) прийом замовлення;
- 4) до сервіровка столів відповідно до прийнятого замовлення;
- 5) передача замовлення на виробництво;
- 6) отримання замовлення, доставка його до робочого місця офіціанта;
- 7) подавання холодних страв та напоїв до столу;
- 8) заміна використаних приборів та тарілок;
- 9) підготовка столу до подавання солодких страв та гарячих напоїв;
- 10) подавання солодких страв та гарячих напоїв;
- 11) подавання рахунку;
- 12) розрахунок з гостями та прощання з ними;
- 13) підготовка столу до нового обслуговування.

Кожна з перерахованих операцій має свої нюанси та вимагає дотримання певних правил етикету, які треба добре засвоїти.

Методи обслуговування споживачів: Розрізняють два методи обслуговування: обслуговування офіціантом, барменом, буфетником і самообслуговування.

Основними видами обслуговування в ресторанному господарстві є:

1) реалізація продукції в залах закладів відкритого типу (ресторанів, барів, столових, кафе, закусточних), а також в їдальнях при промислових підприємствах, навчальних закладах;

- 2) обслуговування пасажирів в дорозі;
- 3) реалізація кулінарної продукції через магазини (відділи) кулінарії;
- 4) організація обслуговування офіціантом (барменом) вдома.

У закладах ресторанного господарства застосовують наступні методи обслуговування (рис. 1.1):

- 1) самообслуговування;
- 2) обслуговування офіціантами, барменами;
- 3) комбінований метод [1-7].

При масовому обслуговуванні, при порівняно невеликому асортименті страв у програмі закладу, для прискорення обслуговування застосовують самообслуговування, в процесі якого споживачі самостійно беруть з роздавальні холодні страви і напої, борошняні, кондитерські вироби.

Гарячі страви роздавальник розливає безпосередньо перед відпуском, або споживачі користуються спеціальними тепловими апаратами для самостійного розливу гарячих напоїв.

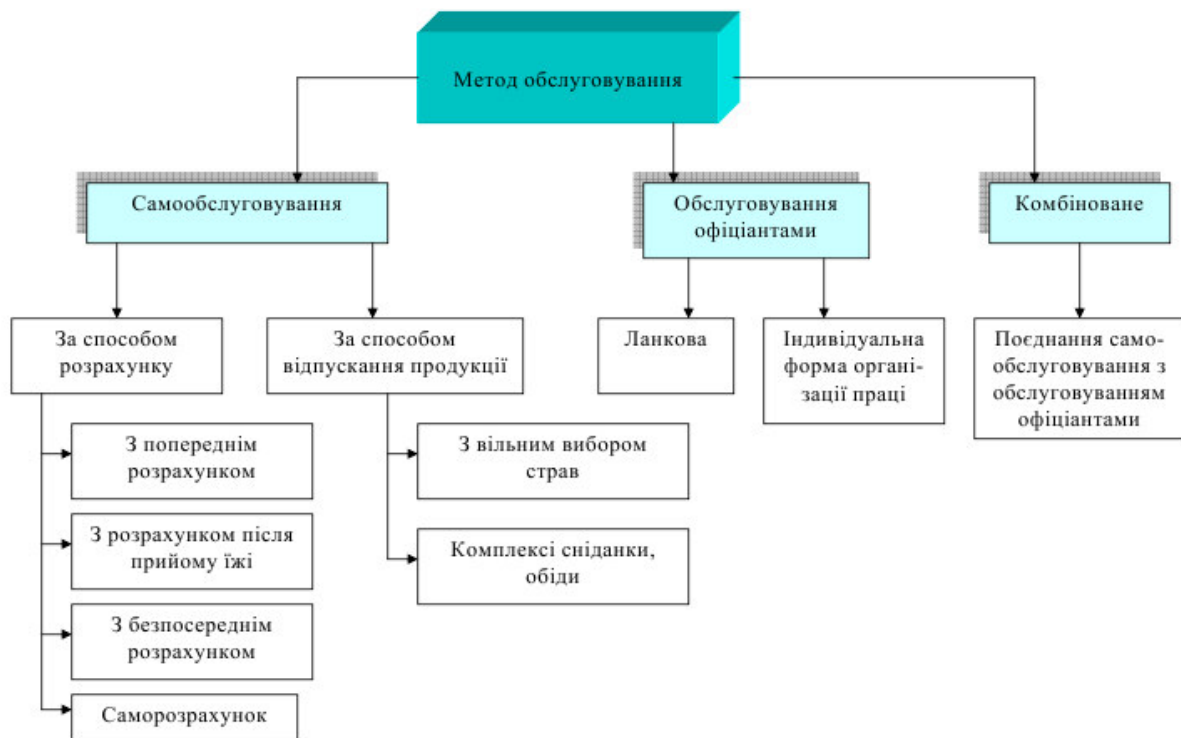


Рис. 1.1 - Класифікація методів обслуговування

Обслуговування офіціантами застосовують в ресторанах, барах іноді в кафе, в яких створення комфорту грає велику роль, бо ці заклади призначені не тільки для надання послуг з харчування, але і для організації відпочинку споживачів.

При комбінованому методі обслуговування передбачають поєднання двох вказаних методів обслуговування. Наприклад, заклад працює вдень за методом самообслуговування (загальнодоступна їдальня), а у вечірній час вона працює як кафе, де застосовують обслуговування офіціантами. Або в рестораних закладах будинків відпочинку, санаторіїв тощо – відвідувачі самостійно вибирають холодні закуски, солодкі страви, хлібобулочні вироби, а другі гарячі страви та напої подають офіціанти з офіціантського возика [1-7].

Класифікація методів обслуговування: самообслуговування, обслуговування з офіціантами, комбіноване. Форми обслуговування.

Форми самообслуговування розрізняють за такими ознаками: участь персоналу в обслуговуванні, спосіб розрахунку зі споживачами та відпускання продукції (рис. 2.1).

За участю персоналу в обслуговуванні розрізняють: повне і часткове самообслуговування;

За способом розрахунку зі споживачами: попередній, наступний, безпосередній та саморозрахунок.

За способом відпускання продукції : вільний вибір страв або відпуск скомплектованих раціонів.

При повному самообслуговуванні споживач виконує всі операції, що пов'язані з отриманням страв, доставкою їх до обіднього столу і прибиранням посуду.

При частковому самообслуговуванні велику частину цих операцій виконує персонал закладу для прискорення обслуговування.

При самообслуговуванні з попереднім розрахунком споживачі, ознайомившись з меню, купують чеки в касі і по них одержують вибрані страви на роздачі. Такий вид самообслуговування уповільнює процес обслуговування. Значне прискорення при застосуванні цієї форми обслуговування досягають при відпустці комплексних обідів за заздалегідь придбаними талонами або абонементом.

Самообслуговування з подальшим розрахунком - розрахунок за вибрані страви в кінці роздавальної лінії. Перевагами цієї форми обслуговування є можливість наочного вибору страв споживачами, звільнення роздавальників від розбору чеків, що прискорює процес обслуговування [1-7].

Самообслуговування з безпосереднім розрахунком забезпечує одночасність вибору страв, їх отримання та оплати вартості. В цьому випадку відпустка продукції і розрахунок із споживачем проводить один працівник.

Таку форму обслуговування застосовують в буфетах, закусочних, при обслуговуванні через барну стійку в барах.

При самообслуговуванні з оплатою після їжі, споживач, вибравши страви і напої, одержує чек у касира в кінці роздавальної та оплачує його після їжі при виході із залу. Застосування такої форми обслуговування сприяє посиленню контролю за веденням розрахункових операцій. При цьому пропускна спроможність залу збільшується в 1,5 рази в порівнянні з самообслуговуванням із попередньою оплатою.

Самообслуговування за системою саморозрахунку застосовують в закладах з постійним контингентом тих, хто харчується. Споживачі самостійно вибирають страви і розраховуються, кладучи гроші до скарбнички. Біля кожного виду продукції знаходиться цінник.

Схему структури процесів самообслуговування наведено на рис. 2.1,



Рис. 2.1 - Схема структури процесу самообслуговування

2.2.



Рис. 2.2 - Схема структури процесу самообслуговування

Класифікацію методів обслуговування офіціантами здійснюють за ознаками: участь персоналу в обслуговуванні (повне та часткове обслуговування офіціантами)

форма організації праці (індивідуальна та бригадна)

способи розрахунків зі споживачами (попередній та наступний розрахунок)

повнота обслуговування (обслуговування відвідувачів з використанням культурно-масових заходів або без них).

Характеристика змішаних та спеціальних форм обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства

Змішані форми обслуговування складаються з: обслуговування офіціантами і самообслуговування. Такі форми обслуговування використовують під час обслуговування різних банкетів. Наприклад, під час обслуговування банкету типу «фуршет» холодні страви та закуски виставляють на столі; гарячі закуски, другі гарячі страви подають офіціанти, які пересуваються по залу з тацею і пропанують гостям вибрати ту чи іншу страву.

До спеціальних форм обслуговування відносять обслуговування за типом „шведський стіл”. При цьому асортимент страв і напоїв має бути різноманітним.

Особливості обслуговування споживачів: на столі розміщують страви, на краях столів ставлять закусочні тарілки купками по 5-6 штук. У залі біля стін розміщують чотиримісні столи, сервірують їх мілкими столовими тарілками, ставлять фужери, кладуть столові прибори. Споживачі самостійно вибирають закуски і сідають за столи [1-7].

На окремому столі ставлять супові миски, купками глибокі тарілки або бульйонні чашки. Коли відвідувачі споживають перші страви, зі столу знімають закуски і ставлять другі страви на мілкі столові тарілки. Поряд зі стравами кладуть прибори для порціонування. Перевагами обслуговування за типом „шведський стіл” є швидкість обслуговування.

Стандарти ресторану як основа підтримки рівня обслуговування.

Сьогодні галузь ресторанного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нові шляхи поліпшення фінансово-економічного стану. Постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів ресторанних підприємств для успішного існування на ринку ресторанних послуг та підвищення прибутку.

Якість обслуговування та якість надання послуг є невід’ємними складовими ефективності роботи закладу, які регламентуються стандартами.

Стандарт (від англ. Standard – норма, зразок) у широкому сенсі слова – зразок, еталон, модель, що приймає за вихідні для порівняння з ними інших подібних об’єктів, дій тощо. Одне з визначень стандарту – «мінімальна вимога».

Обов’язкові вимоги, що пред’являються ресторану для діяльності, диктуються та регламентуються державними структурами: санітарною інспекцією, органами пожежної охорони, органами охорони праці та ін.. Ці вимоги, що прирівняні до стандартів, забезпечують обов’язкові, але мінімальні потреби – комфортне та безпечне перебування гостя в ресторані, при якому відвідувач отримує певний продукт/послугу. Гість оцінює продукт/послугу, що має фізичні характеристики, тобто відчутні. До них належать: сама будівля, її архітектура, допоміжні приміщення – фойє, гардероб, туалетні кімнати, зал ресторану, меблі, декоративні елементи інтер'єру тощо.

Атмосфера закладу залежить від рівня сервісу та обслуговування. Результатом сервісу може бути або задоволення, або незадоволення. Гість визначає якість сервісу, й найчастіше це залежить від точності визначення персоналом потреб гостя. У створенні певної атмосфери беруть участь як гості, так і персонал ресторану. Для досягнення високих показників сервісу керівником (менеджером персоналу) закладу складаються регламентуючі документи – стандарти, та проводяться постійні розвивальні навчання персоналу[1-7].

Стандарт презентації страв для офіціантів

Таблиця К.1 – Техніка просування страв та їх якісна презентація

1	2	3	4
Цінність страви	Користується справжнім успіхом	Вигода заказу	Зігріє в мороз
	Кращий вибір		Дуже добре поєднується з ...
	Улюблена		Глечик на компанію дешевше
	Наші гості люблять цю страву		Якщо візьмете пляшку заощадите 20 гривень!
	Легендарна		Страва дійсно велика, але ми можемо повернути з собою те, що Ви не зможете з'їсти
	Відзначена нагородами		Величезна порція
	Відома		Спеціальна порція
	Найкраща в місті		Незвичайна
	Дуже популярна		Нова
	Отримала приз на конкурсі кухарського мистецтва	Особливості	Оригінальний рецепт
	Делікатес		Традиційно-старовинний рецепт
	Смакота, пальчики оближеш!		Ви будете здивовані
	Готується для Вас шеф-кухарем		Неймовірна
	Для справжнього гурмана		Натуральна страва
	Ніде більше такого не спробуєш		Унікальний рецепт
	Ви не пошкодуєте!		З пилу, с жару
	Для одного багато, а для 2 в самий раз		Збалансована страва
			Домашня
			Пальчики оближеш
Текстура, смак, запах	Трохи пряний, але не гострий	Зовнішній вигляд	Дієтична страва
	Гарячий		Правильно витримана
	Пікантний		Приготовано за нашим секретним рецептом
	Гострий		На любителя
	Різкий		Оздоблена (листочком базиліка)
	Ароматний		Розрізаний по центру
	Запашний		З золотисто-коричневою скоринкою
	Розсипчастий		Обсипана (чим-небудь)
	Хрустка	Презентація пива	Подається на дерев'яній тарілці
	Соковита		Подається на свіжому листі салату
	Охолоджена		Прикрашена зеленню і лимоном
			Подається на подушці з ...
			Холодне, як лід
			Кружка крижаного пива
			Нетерпке

1	2	3	4
Текстура, смак, запах	Тане в роті	Презентація пива	Фірмове
	Просочена		Популярне
	Легка		Бурштинового кольору
	Масляниста		Свіже
	Вишуканий смак		Ексклюзивне
	Несподіване поєднання		Імпортване
	Ніжний смак		Бархатне
	Неповторний смак		Живе
	Маринований зі спеціями		Легке
	Запечений в меді		Свіжий
	Змочений лимонним соком		Підбадьорливий
	Обсмажений		Шаруватий
	Презентація вина		
Витримане		Ароматний	
Ніжно сунічний відтінок		Вітамінний	
Вишукане		Тонізуючий	
Міцне		Густий	
З ароматом...		Тропічний	
Чи не/терпке		Фірмовий	
Багатий смак		Свіжовичавлений	
Тонкий смак		Відомий	
Сонячні яскраві ноти смаку		Змішаний вручну	
Для поціновувачів		Заморожений	
Фруктове		Освіжаючий	
Бархатисте		Що дає відчуття легкості	
М'яке		Цитрусовий	
Легке		Терпкий	
Маслянисте		Розслаблюючий	
Іскристе		Зігрівуючий	
Розкриє смак страви		Елітний	
Презентація аромату вина			
Теплий		Сонячний	
Ніжний		Ягідний	

Налагоджені стандарти обслуговування надають будь-якому ресторану можливість вибудувати довгострокові відносини з кожним гостем і роблять якість обслуговування своєю конкурентною перевагою.

Престиж ресторану піднімається за рахунок дотримання високого стандарту і впевненості гостей, партнерів та співробітників у тому, що ресторан використовує найсучасніші методи управління. Задоволення гостя, зароблене за допомогою спеціально відпрацьованих стандартів, підсвідомо переноситься на сприйняття ресторану в цілому і служить мотиваційним фактором для прийняття рішення про повторне відвідування.

Стандарти обслуговування – це набір технологій взаємодії з гостями для обслуговуючого персоналу. Кожне успішне підприємство має «Книгу стандартів обслуговування», в яку включаються стандарти, створені на основі вищезазначених

вимог. Тому що, обслуговування є політикою ресторану чи компанії, в даній книзі точно прописуються процедури обслуговування та покрокові дії обслуговуючого персоналу.

Починаючи від міміки, жестів, мовних формул «Добрий день» і «Чи можу я запропонувати Вам столове приладдя», «Будемо раді бачити Вас знову», до опису вимог до зовнішнього вигляду та манер поведінки персоналу, макіяжу й закінчуючи часом, витраченим на виконання певних операцій і дій – перший вербальний контакт, час подачі меню, аперитиву й рахунку, кількість підходів до столика за певний проміжок часу [1-7].

Стандарт презентації страв для офіціантів наведено в таблиці 1.

У стандартах закладу прописується рівень знань і певних якостей обслуговуючого персоналу, розроблені системи навчання і контролю, схеми внутрішньої взаємодії, опис процедур діагностики задоволеності гостей, опис стандарту «продукту», яким може бути меню або карта вин, чи накритий до сніданку або до вечері стіл, чи фізичний стан туалету ресторану.

Книга стандартів затверджується керівником підприємства, після чого видається кожному співробітнику під підпис. Книга стандартів не є догмою, що прийнята на століття, вона перевидається й доповнюється нововведеннями. Зміни відмічаються в електронній версії і знову роздаються в друкованому вигляді всім співробітникам під підпис.

Після закінчення запланованого часу, фахівцями проводиться іспит на знання стандартів усіх підрозділів ресторанного закладу, результатом якого може стати як преміювання, як і депреміювання співробітників [1-7].

Практично всі «великі» готельні та ресторани ланцюги, рівень обслуговування в яких тепер досить високий, планують і впроваджують «програми якості», що дозволяє при дуже високій конкуренції і досить лімітованій кількості послуг, що надаються, загальних для всіх підприємств, залучити й утримати гостей за рахунок підвищення якості страв та обслуговування, тобто за рахунок введення нових, більш високих стандартів кухні, гостинності та обслуговування.

Книга Стандартів дозволяє:

- організувати щохвилинний розклад можливих дій співробітників підрозділів;
- значно підвищити якість обслуговування;
- мінімізувати час на навчання, яке призначене для роботи персоналу;
- повністю осмислити робочий і технологічний процес співробітників підрозділів;
- підняти якість обслуговування і сервісу;
- усвідомить гостей, що в підприємстві стало стабільніше з якістю, як в обслуговуванні, так і на виробництві.

Книга вводиться в дію окремими главами для перевірки розуміння і знань з боку співробітників, видається у формі енциклопедії для менеджерського складу й у формі брошур для співробітників різних відділів.

Приблизний зміст глав книги стандартів підприємства надається.

- Загальні стандарти робіт ресторанної служби.
- Загальні стандарти та цілі сервісу.
- Стандарти персоналу. • Стандарти приміщень підприємства.
- Стандарти ресторану.
- Стандарти ресторанного обслуговування.
- Стандарти бару.
- Стандарти барного обслуговування.
- Стандарти групового обслуговування.
- Стандарти бенкетного обслуговування.
- Стандарти їжі.
- Стандарти напоїв.
- Стандарти послуг.
- Стандарти прибирання приміщень.
- Стандарти виробництва (кухня).
- Стандарти мийки посуду.
- Стандарти вирішення різних ситуацій.
- Стандарти вирішення конфліктних ситуацій [1-7].

Програми підвищення і підтримки рівня сервісу в ресторані. У суєті щоденної, кропіткої роботи, пов'язаної з оперативним управлінням рестораном, рішенням кадрових проблем і питань просування ресторану, часто фізично не можливо займатися відстеженням роботи тих людей, від яких, власне, і залежить добробут, продаж та пізнаваність ресторану.

Адміністратори та офіціанти, навчені технічним прийомам взаємодії з гостями, сервісом і основами продаж, найчастіше забувають про всі моральні та матеріальні зусилля, що були спрямовані на їх навчання: офіціанти розмовляють по мобільному телефону, одночасно приймаючи замовлення або забувають тест-класи від шеф-кухаря.

Підсумком подібних казусів стають розгромні відгуки ресторанних критиків у засобах масової інформації, що ніяк не може позитивно позначитися на репутації ресторану.

Визначити професійну поведінку персоналу, виправдати моральні й матеріальні зусилля, спрямовані на навчання та рекламу, підтримування сервісу на високому рівні можливо за рахунок використання певних програм і технологій.

Одна з них – «Таємний гість» («Mystery Guest»). Програма «Таємний гість» (або таємничий гість, таємничий покупець) – це технологія таємничої оцінки якості обслуговування, перевірки контактного персоналу та визначення якості приготування й оформлення страв згідно сприйняття концепції та цінового сегмента закладу.

Основна особливість програми – таємність і несподіваність перевірки, тому що тільки гість знає, як працює персонал. Достовірну інформацію про сервіс та рівень обслуговування можна узнати, запросивши таємничого гостя. Персонал, знаючи, що до них у будь-який момент можуть прийти з перевіркою, постійно знаходиться в тонусі, що відбивається більш ніж позитивно на виконанні ними професійних

обов'язків. Це ідеальне рішення для контролю якості роботи персоналу, досягнення й підтримки високих стандартів обслуговування.

При низьких у порівнянні з іншими інструментами витратах, програма «Таємний Гість» дає широкі можливості щодо вдосконалення персоналу, допомагає правильно вибудувати систему мотивації та лояльності працівників, а значить, підвищує рівень продаж і розвиває бізнес.

У даний час методика «Таємний Гість» перетворилася на динамічну й надійну форму оцінки вражень гостей і багатьма підприємствами ресторанного бізнесу розглядається як необхідний інструмент, що дозволяє завжди залишатися на крок попереду своїх конкурентів [1-7].

Види сервісу. Залежно від контингенту гостей, які обслуговуються, категорії та оснащення закладів, використовуються різні види сервісу, що сформувалися в процесі еволюції ресторанів як технічні засоби створення комфорту для гостя.

Найпоширенішими є такі види сервісу:

французький;
англійський;
американський;
український.

В усіх видах сервісу обслуговування здійснюють офіціанти, й усі види сервісу вимагають від офіціантів певних якостей, що досягається доброю професійною підготовкою та наполегливою працею над собою:

фізичної витривалості;
організованості;
чіткості в роботі;
доброї пам'яті та швидкої реакції [1-7].

Французький сервіс. Цей вид сервісу звичний для ресторанів високої кухні, де він підкреслює елегантність обслуговування. Французький сервіс вважається найбільш вражаючим і найдорожчим у світі. При цьому способі подавання страви на стіл не ставлять. Великий таріль з розкладеною на ньому їжею демонструють гостям, враховуючи, що візуальне сприйняття людиною красиво сервірованої їжі збуджує апетит. Підходячи з лівого боку, офіціант порцінує страву, перекладаючи її з тареля в тарілки гостей роздатковим приладдям (столові ложка та виделка). Розкладаючи страви, офіціант не повинен торкатися тарелем тарілки гостя. Якщо м'ясо або риба на одному тарелі, гарнір подається на іншому та окремо до них соус, кожен страву може подавати окремий офіціант. Залучення двох або трьох офіціантів значно прискорює подавання страв і забезпечує високу культуру обслуговування. Особливо це важливо під час обслуговування прийомів, де на обслуговування відведено обмежений час. Існує й такий варіант французького сервісу, за якого офіціант пропонує перекласти страву з тареля роздатковим приладдям гостеві. При подаванні страв цим способом кухня відпускає страви тільки в багатопорційному посуді (тарелях, салатницях тощо).

Французький сервіс забезпечує ціла бригада обслуговуючого персоналу, до складу якої повинні входити:

- менеджер ресторану
- метрдотель (фр. maitre d'hotel);
- старший офіціант (фр. chef de rang), відповідальний приблизно за чотири столики. Він зустрічає гостей, пояснює меню, приймає замовлення, слідкує за оперативністю обслуговування й особисто розкладає їжу по тарілках гостей, нарізає м'ясо тощо;
- помічник старшого офіціанта (demi chef de rang) – приймає замовлення на напої, подає страви;
- офіціант, який подає воду (de rang). Він також передає замовлення на кухню, привозить з кухні візок з їжею, прибирає зі столу;
- офіціант по винах
- сомельє (sommelier).

Французький вид сервісу може бути застосований при обслуговуванні як окремих столиків, так і бенкетних столів.

Переваги: постійний контакт із гостями та надання гостеві можливості визначити бажаний обсяг їжі самостійно. Недоліки: висока трудомісткість [1-7].

Англійський сервіс (обслуговування з приставного столика). При цьому методі офіціант накладає їжу на тарілку гостя на приставному столику, згодом подають її з правого боку. Якщо потрібна добавка, офіціант використовує чисту тарілку. При цьому міняється також столове приладдя. Закусочні тарілки за цього способу обслуговування при сервіруванні попередньо не ставляться. Цей вид сервісу є трудомістким, тому рекомендується тільки для обслуговування окремих столиків. Продукти накладаються на сервіровочний таріль, який ставиться на столик з коліщатами. Столик підвозиться до столу, за яким сидить гість. Гість сам вибирає порцію, й офіціант починає оформляти страву в нього на очах.

Цей спосіб подавання передбачає порціонування, доготування та приготування страв і коктейлів на очах гостя. Холодні закуски офіціант порціонує в закусочні тарілки гостей, перші страви розливає з супниці в глибокі тарілки, другі страви порціонує та гарнірує в столові тарілки, торти розрізає на порції та подає кожному гостеві на десертній тарілці. Всі страви кухня відпускає в багатопорційному посуді, прикрасивши їх. Офіціант, перш ніж приступити до порціонування, повинен показати приготовану страву гостям.

Отже, офіціанти, які подають страви таким способом, повинні володіти навичками кухаря. При поданні складних страв для порціонування та доготування страви в зал виходить кухар у парадному костюмі, а в особливих випадках, при поданні дорогих і вишуканих страв, у зал виходить шеф-кухар. Часом на приставні столики виставляють марміти, спиртівки та інші нагрівальні прилади, на яких готують або доготовляють страви на очах у гостя. Це створює атмосферу затишку та домашньої гостинності, збуджує апетит та надає застілля урочистості та святковості.

Промисловість виготовляє спеціальне обладнання, яке дає змогу вдосконалити та покращити подавання страв англійським способом у ресторанах:

– візок-марміт з електропідігрівом для зберігання перших, других страв, гарнірів і соусів;

– вітрина-холодильник для подавання солодких страв, кондитерських виробів і холодних закусок;

– пересувний візок-електроплитка для смаження тощо. Використання цього обладнання прискорює обслуговування, прикрашає подання страв, підвищує культуру обслуговування.

Переваги: ідеальний контакт із гостями, свобода рухів та поведінки обслуговуючого персоналу.

Недоліки: великі витрати часу.

Американський сервіс. Їжа готується і розкладається по тарілках безпосередньо на кухні. Офіціанти розносять і розставляють тарілки гостям. Цей вид набув популярності завдяки простоті й оперативності.

Переваги: низька трудомісткість і невелика кількість персоналу.

Недоліки: слабкий контакт із гостем та наперед визначений обсяг порцій [1-7].

Німецький сервіс. Їжа розкладається на великий таріль і ставиться на стіл на доступній від гостя відстані, щоб він міг обслужити себе сам. Переваги: гість сам визначає бажаний обсяг їжі, бере добавку, а також низька трудомісткість. Недоліки: використання великої кількості посуду, оскільки всі страви повинні сервіруватися окремо. Український сервіс. Їжа приноситься на сервіровочному тарелі. Офіціант на очах у гостей розділяє її на порції, потім гості самі перекладають ці порції в тарілки.

За повсякденного обслуговування страви подають у тарілці кожному гостеві. Для бенкетних столів страви гарнірують у багатопорційних тарелях та іншому посуді. До кожного тареля кладеться роздаткове приладдя (ложка та виделка) або столова ложка до салатів, і гості за столом самі собі накладають страви у свої тарілки.

Переваги: гість сам визначає бажаний обсяг їжі.

Недоліки: висока трудомісткість; при перекладанні їжі недосвідченими гостями псується зовнішній вигляд страви [1-7].

Корпоративна культура як стандарт поведінки персоналу. Корпоративна культура підприємства – це сукупність переконань, поглядів, моделей поведінки, правил, підходів до роботи, способів спілкування, свідомо чи несвідомо прийнятих, і додержуються яких більшість співробітників організації. Практично кожна людина розуміє значення терміну «корпоративна культура».

Однак не всі можуть швидко та точно пояснити, що конкретно мається на увазі при його використанні. І лише зовсім мало хто знає, як формувати корпоративну культуру до рівня стандарту й використовувати її для розвитку підприємства. На думку професора університету ім. Луїджі Бокконі (Італія) Давида Равазі, культура організації дозволяє співробітникам знаходити відповідний спосіб дії в будь-якій діловій ситуації. Наприклад, якщо співробітники якогось ресторану поділяють принцип «клієнт завжди правий», вони намагаються спокійно реагувати на будь-які витівки відвідувачів і м'яко вирішувати конфлікти.

При цьому різка реакція на поведінку гостя, за замовчуванням, вважається порушенням організаційної культури, навіть якщо відвідувач однозначно не правий.

Корпоративна культура складається з різних елементів, до основних з яких належать:

- інтелектуальна концепція організації (ресторану), включаючи її місію, цінності, цілі існування;
- організаційна структура та система субординації; • система управління організацією;
- механізми контролю;
- символи організації, включаючи елементи корпоративного стилю (логотип, бренд, фірмові кольори тощо);
- повсякденні правила поведінки співробітників, включаючи стандарти, традиції, звички та ін.
- корпоративна міфологія, включаючи історії успіхів і невдач ресторану та її окремих співробітників. Типи корпоративної культури.

Організаційні психологи та менеджери використовують різні способи типології корпоративної культури.

Наприклад, ірландський експерт з організаційної психології Чарльз Хенді виділяє наступні типи корпоративної культури [1-7].

1. Культура влади. Для неї характерна концентрація управлінських функцій в руках невеликої групи людей або однієї людини, авторитарний стиль керівництва, жорсткий контроль за виконанням рішень, низький рівень бюрократизації.

2. Культура ролей. Для цього типу характерні високий рівень бюрократизації, делегування обов'язків і прав у залежності від займаної посади, але не особистої компетенції, колективне прийняття рішень, контроль відповідно зі складними процедурами.

3. Культура завдань. Цей тип характеризується наявністю невеликих груп співробітників, відповідальних за рішення певного кола завдань. Права й обов'язки делегуються співробітникам, здатним виконувати ті чи інші дії. Культура завдань прийнята в організаціях, де більшість співробітників мають хороші професійні якості й здатні працювати на результат.

4. Культура індивідуальностей. Даний тип формується в організаціях (ресторанах), більшість членів яких вважають, що поодиночці працюють краще, ніж у групі. Це ставить під сумнів існування таких підприємств.

Однак заклад з культурою індивідуальностей може успішно існувати, якщо її співробітники зацікавлені в професійних знаннях і вміннях один одного. Існують інші типології корпоративних культур, які використовуються в арсеналі менеджерських технологій.

Так професор Університету штату Іллінойс Роберт Кук визначав корпоративну культуру за такими характеристиками:

– конструктивні культури. Вони відрізняються охочею співпрацею персоналу один з одним, прагненням членів організації спільно вирішувати робочі завдання;

- пасивно-захисні культури. Вони характеризуються прагненням співробітників організації взаємодіяти один з одним так, щоб не постраждали їхні особисті інтереси;
- агресивно-захисні культури. В організаціях з такою культурою співробітники взаємодіють один з одним в першу чергу для того, щоб зберегти власну посаду.

Формування корпоративної культури. Корпоративна культура формується під впливом стихійних і спрямованих факторів.

До перших належить зовнішнє середовище, в якому функціонує організація (ресторан), включаючи суспільні норми, ринкову та економічну ситуацію, місце організації 91 в суспільстві.

До других належить цілеспрямовані дії керівництва та рядових співробітників щодо формування корпоративної культури. На практиці, керівники рідко стикаються з можливістю формувати корпоративну культуру «з нуля». Це можливо, якщо ресторан тільки створено і починає працювати. Зазвичай побудова корпоративної культури пов'язана з необхідністю змінити вже сформовану в організації культуру.

Існує велика кількість моделей формування корпоративної культури. Основні напрями, що наводяться, є перевірені практикою, і застосування їх приводить до ефективних результатів:

- заміна або формування заново інтелектуальної концепції ресторану. Співробітники й гості повинні розуміти, для чого працює ресторан, які цінності та підходи до роботи;
- демонстрування співробітникам прихильності керівництва до організаційної культури. Керівники мають стати трансляторами цінностей даного ресторану. Крім цього, вони повинні формально й неформально заохочувати співробітників до корпоративної культури;
- створення умов, сприятливих для розвитку і зміцнення корпоративної культури. Наприклад, якщо керівник декларує, що частиною корпоративної культури є взаємовиручка, то необхідно заохочувати співробітників до спільного вирішення завдань і не допускати явної внутрішньої конкуренції;
- враховувати особливості корпоративної культури, відбираючи й адаптуючи нових співробітників. Ресторанам, які декларують орієнтованість на відвідувачів, не варто брати на роботу конфліктних фахівців;
- заохочувати як дотримання норм корпоративної культури, так і конструктивні інноваційні пропозиції.

Культура ресторанного закладу повинна розвиватися та адаптуватися до особливостей середовища. Формування корпоративної культури – нескінченний процес. Наявність конструктивної культури забезпечує додаткові переваги ресторану.

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm
2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т.,

Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покологда та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ БЕНКЕТІВ ТА ПРИЙОМІВ

Бенкет - це урочистий званий сніданок, обід або вечеря.

Офіційні - прийом глави уряду, дипломатичних представників, ювілейне торжество, національне свято.

Неофіційні - сімейне свято, товариська зустріч, традиційне свято та ін.

З розміщенням- бенкет за столом, бенкет-чай,

Без розміщення за столом - бенкет-фуршет, бенкет-десерт, коктейль.

При повному обслуговуванні всі страви і напої офіціанти подають гостям в обнос.

При частковому - певну їх кількість, головним чином холодні страви і напої, заздалегідь виставляють на столи, гарячі страви і напої подають в обнос або ставлять на стіл.

За асортиментом страв і напоїв бенкети поділяють на універсальні і спеціалізовані. До універсальних відносять бенкет за столом з повним або частковим обслуговуванням офіціантами, до спеціалізованих - бенкет-фуршет, бенкет-буфет, бенкет-коктейль, бенкет-чай.

Порядок приймання і виконання замовлень на обслуговування бенкетів

Замовлення на обслуговування свят приймає директор, метрдотель, черговий адміністратор стола замовлень.

Укладається договір:

Із замовником погоджуються дата обслуговування, кількість учасників, місце проведення, оформлення залу, музичний супровід, надання додаткових послуг, початок і закінчення обслуговування, меню, попередня вартість замовлення, порядок розрахунку, пункт про відповідальність закладу ресторанного господарства за якість обслуговування і приготування страв, а з боку замовника - про відповідальність за

збереження майна закладу та відшкодування можливих збитків (биття посуду, псування скатертин, столового приладдя тощо). При потребі укладається договір про оренду повністю всього залу.

Порядок розрахунку.

Це залежить також від того, ким є замовник - фізичною чи юридичною особою.

Фізична особа (громадянин) може розрахуватися за послуги готівковими коштами або за допомогою платіжної карти.

Замовленням-рахунком передбачено внесення замовником авансового платежу, який є своєрідною гарантією того, що він не змінить рішення і продовжить договірні відносини із закладом щодо організації бенкету. *(За рахунок авансованої суми здійснюється закупівля продуктів для приготування страв і кулінарних виробів).*

У разі попередньої оплати свята кращий спосіб розрахунку замовника із закладом ресторанного господарства –

Безготівковий платіж – попередня оплата (для замовника - юридичної особи).

Через касу банку (для будь-якого замовника - і юридичної, і фізичної особи).

Підготовка до проведення бенкету.

1. При прийманні замовлення влаштовувач повідомляє метрдотелю мету бенкету, а відповідно до цього висловлює побажання щодо оформлення залу, музичного супроводу, меню, порядку проведення свята.

2. Норма площі на одну людину залежить від виду бенкету. При проведенні його за столом вона складає 1,5-2 м, бенкету-фуршету - 0,5-0,7 м.

3. Залежно від кількості запрошених розрізняють зосереджену і розосереджену форму розміщення гостей за бенкетними столами.

При зосередженій формі гостей розміщують за загальним столом, форма якого, залежно від конфігурації залу, може бути круглою, квадратною, прямокутною або Т-, П-, Ш-видною; при розосередженій - за кількома столами (рис. 1.).

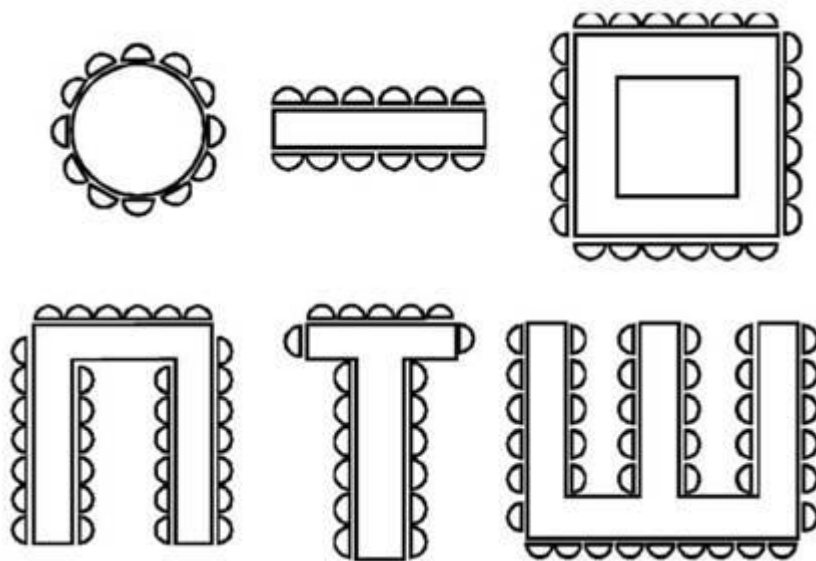


Рис. 1. Розстановка бенкетних столів

При розосередженій формі розміщення гостей прохід між головним столом і перпендикулярними йому столами, а також між торцями столів складає 1-1,5 м. При розставлянні столів варто враховувати те, що жодний із учасників бенкету не повинен сидіти спиною до почесних гостей. Ширина бенкетних столів має складати 1,2-1,5 м, іноді навіть до 2 м; якщо стіл для почесних гостей сервірують з одного боку, ширина його не повинна бути менше 70 см [1-7].

4. У бенкетному залі спочатку розставляють столи, а потім на деякій відстані від них стільці, крісла чи напівкрісла. Біля стін, колон, у кутах залу, де організовується бенкет, чи в суміжному з ним приміщенні ставлять підсобні столи або серванти для запасних предметів сервірування та напоїв. Зазвичай один підсобний стіл або сервант розрахований для обслуговування 10-15 осіб.

5. Довжина столів визначається з урахуванням кількості гостей і рекомендованої довжини стола на одну персону: при бенкеті-фуршеті - 0,4 м (тому що не всі гості одночасно підходять до столу), бенкеті за столом для почесних гостей - 0,7-0,8 м, інших - 0,6 м.

6. Важливим етапом підготовки бенкету є упорядкування меню. При його складанні враховують, що загальна маса страв за столом складає 1-1,5 кг на одну персону, вина, шампанського - 0,35 л, коньяку, горілки - 0,15-0,2 л, соків, води - 1 л. Остання позиція влітку може збільшуватися, взимку - зменшуватися.

7. В меню фуршету маса страв складає 0,5-0,8 кг на одну персону, вина, шампанського - 0,15 л, коньяку, горілки - 0,1 л, соків, води - 0,25-0,5 л.

8. Відповідно до меню підбирається столовий посуд і набори. Їх кількість залежить від виду бенкету, чисельності офіціантів, які беруть участь в обслуговуванні.

Обслуговування.

Важливим моментом в організації обслуговування учасників бенкету є визначення достатньої кількості офіціантів та інших працівників. Витрати часу на виконання окремих операцій при підготовці до бенкету зазначені в табл. 2. Використання цих даних дозволяє не тільки визначити загальну чисельність працівників, а й правильно розподілити обов'язки між членами бригади.

Таблиця 2

Поопераційні витрати часу при підготовці до бенкету, *сек.*

Найменування операції	Найменування столової білизни, наборів і посуду	Витрати часу, сек.
Полірування	Тарілки	9
	Ложки столові або десертні	4
	Ложки чайні	3
	Ножі столові або закусочні	5
	Виделки столові або закусочні	5
	Фужери	12
	Чарки	10

	Келихи для шампанського	12
Витирання вологого посуду і полірування	Фужери	25
	Чарки	20
	Келихи для шампанського	25
Накривання столу	Скатертини	24
Сервірування столу	Чайні ложки	4
	Ножі	6
	Виделки	5
	Столові і десертні ложки	5
	Тарілки	5
	Чарки, келихи, фужери	9
	Серветки полотняні (залежно від форми складання)	6-18
Чищення і заповнення	Сільнички, перечниці	18

Кількість офіціантів, які беруть участь в обслуговуванні (N_{of}), можна визначити за формулою:

$$N_{of} = \frac{t \cdot n}{3600T} \quad (3) \quad \text{або} \quad N_{of} = \frac{N}{N_1}, \quad (4)$$

де t - витрати часу на операцію (одиницю продукції, посуду), сек.;

n - кількість одиниць продукції, посуду (операцій), шт.;

T - інтервал часу, протягом якого має бути виконана робота, год.;

N - загальна кількість гостей, чол.;

N_1 - кількість гостей, яку може обслужити один офіціант, чол.

При розрахунку чисельності офіціантів, які готують стіл до бенкету, використовують формулу (3). За формулою (4) визначають кількість офіціантів, які беруть участь у подаванні страв і напоїв під час бенкету [1-7].

Норми обслуговування

На офіційному бенкеті з повним обслуговуванням офіціантами один офіціант може обслужити 3-4 особи, на неофіційному - 4-5 гостей.

При організації бенкету за столом із частковим обслуговуванням офіціантами один офіціант може обслужити 9-12 осіб, бенкету-фуршету переважно з частковим обслуговуванням офіціантами - до 30 гостей.

Якщо під час бенкету застосовується комбінована форма обслуговування, то на одного офіціанта припадає 15-20 гостей. Чисельність кухарів-роздавальників, які беруть участь у порціонуванні, оформленні та відпусканні страв і напоїв, визначають за формулою:

$$N_{k\ p} = \frac{t \cdot m}{T}, \quad (5)$$

де t - час для відпускання однієї страви, сек.;

m - кількість страв, порцій;

T - інтервал часу, передбачений для відпускання страв, хв.

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Поколюдна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 7. ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ ТА ПРОЖИВАЮЧИХ В КОЛЕКТИВНИХ ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ

Загальна характеристика організації послуг харчування туристів.

Харчування є однією з головних послуг, що надаються туристам, і включається в їх обслуговування цілком або частково.

При формуванні туру туристу пропонується обрати один з трьох основних варіантів отримання послуг харчування:

- сплачене харчування - означає, що всі витрати на харчування включені у вартість туру або готельного номера;

- харчування не включається у вартість турпакета і надається за додаткову плату в місці перебування;

- самообслуговування - означає, що туристи або самі готують собі їжу, або харчуються в інших закладах харчування як звичайні відвідувачі.

Організація харчування в туризмі має такі складові:

- організація харчування під час транспортного обслуговування;
- організація харчування у транспортних турах;
- організація харчування в дестинаціях (населений пункт, регіон, країна, в якій формується потік туристів, тобто місце, де тимчасово проживають туристи);
- специфіка організації харчування окремих видів туризму.

Схема харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення і місць харчування та багатьох інших чинників.

Послуги готелю залежно від типу тарифів

Тариф	Послуги
«Лише номер»	Розміщення без харчування
«Ліжко та сніданок»	Розміщення та сніданок
Напівпансіон	Розміщення і дворазове харчування: сніданок та обід або вечеря
Повний пансіон	Розміщення і триразове харчування: сніданок, обід та вечеря
Усі послуги	Розміщення, харчування та напої, а також користування усіма наявними зручностями та послугами

Залежно від категорії підприємства харчування якість обслуговування як комплексна послуга реалізується основними, додатковими та супутніми послугами.

Основні. Якісно приготовлені та естетично оформлені страви,

- важливу роль відіграє загальне композиційне сервірування столу,
- добір посуду та столових приборів,
- кольорова гама скатертин,
- серветок із фірмовим знаком підприємства,
- квіти,
- кваліфікація офіціантів, барменів, метрдотелів,
- бездоганна чистота,
- оформлене меню декількома мовами,
- загальний інтер'єр зали, затишок, звукоізоляція, м'яке регульоване освітлення та ін.

До переліку додаткових і супутніх послуг входять:

- вар'єте, оркестр, музичний супровід без оркестру,
- телевізор (за бажанням клієнтів), т
- танцювальний майданчик,
- можливість замовити таксі, купити сувеніри.

Відносини між організаціями ресторанного господарства й туристичною фірмою визначаються договором, у якому:

- зазначають період, протягом якого туристи харчуватимуться в підприємствах цієї організації,

-умови забезпечення їх харчуванням,

-вартість денного раціону харчування,

-порядок розрахунку.

За п'ять днів до початку обслуговування туристичні фірми подають

- графіки перебування туристів із зазначенням класу обслуговування та їх національності,

- дати прибуття,

- тривалості перебування,

кількості туристів [1-7].

Основні вимоги до тур.фірми або його представника при харчуванні

-Група туристів повинна прийти в заклад ресторанного господарства в точно призначений час.

-У разі затримки представник фірми, відповідальний за обслуговування туристів, має повідомити про це адміністрацію закладу не пізніше ніж за 2 год до початку обслуговування. В іншому разі туристична фірма зобов'язана відшкодувати ресторану, кафе, їдальні вартість готової продукції, яка не може бути реалізована.

-Туристична фірма відшкодовує також закладу ресторанного господарства додаткові витрати, пов'язані з простоєм місць через неявку туристів у призначений час.

-Більшість туристів харчується тричі на день. Тривалість сніданку не повинна перевищувати 30 хв, обіду і вечері - 40 хв.

Організація обслуговування туристів. Години споживання їжі.

Більшість туристів харчується три рази на день:

перший прийом їжі з 8.00 до 10.00 (може бути більш ранній - о 7.00),

другий - з 12.00 до 15.00,

третій - з 17.00 до 19.00, іноді до 20.30.

Тривалість сніданку не повинна перевищувати 30 хв., обіду і вечері - 40 хв.

У день приїзду груп туристів обслуговування харчуванням може провадитися тільки до закінчення роботи торгового залу.

Обслуговування іноземних туристів.

У ресторанах і кафе при готелях в першу чергу обслуговують індивідуальних іноземних туристів.

Метрдотель при зустрічі іноземних туристів з'ясовує, на якій мові вони говорять, і направляє їм офіціанта, який володіє цією мовою.

Офіціант подає споживачам меню в розгорнутому вигляді, надруковане англійською, французькою, німецькою і російською мовами.

Прийнявши замовлення, він відповідно доповнює сервірування.

При обслуговуванні індивідуальних туристів застосовується переважно повне обслуговування офіціантами.

Для іноземних туристів може бути рекомендоване обслуговування за типом «шведського столу» та іншими прогресивними формами, що прискорює процес обслуговування і забезпечує високу його якість.

При обслуговуванні групи туристів адміністрація ресторану складає меню на харчування в день заїзду з урахуванням класу обслуговування і національних особливостей туристів.

У день їх прибуття меню на наступні дні погоджують зі старшим групи через представника фірми.

Меню обіду і вечері для групових туристів складається не менше ніж у двох варіантах на кожен день.

Воно має бути різноманітним по днях тижня. За наявності туристів з дієтичним харчуванням погоджують їх раціон.

У ліміт вартості харчування групових туристів не включають алкогольні напої і тютюнові вироби - їх туристи можуть купувати за готівку.

Для групових туристів, які відвідують вечірні заходи, харчування організовується до їх початку, в окремих випадках - після заходу в межах режиму роботи ресторану, кафе, їдальні.

Дітям від двох до десяти років харчування надається за спеціальним меню в межах 50 % лімітної вартості харчування дорослих туристів, тому що за їх обслуговування сплачено 50 % вартості повного туру.

Сервірування столу.

Відповідно до затвердженого меню до приходу туристів сервірують столи для сніданку, обіду або вечері.

До сніданку на столи попередньо ставлять мінеральну та фруктову води, соки, хліб, джем, мед, молочні продукти і холодні закуски.

До обіду і вечері - прохолодні напої, холодні закуски, хліб, солодкі страви (крім морозива).

Гарячі страви і напої подають, коли відвідувачі цілком заповнили зал або його частину, відведену для туристів.

За бажанням туристів (головним чином індивідуальним) харчування подається в номер готелю, за що стягується додаткова плата [1-7].

.Якщо туристи виїжджають за місто і не встигають повернутися до обіду, то за домовленістю з представником фірми їм може бути виданий дорожній набір, до якого входять:

- продукти, які швидко не псуються,
- мінеральна або фруктові вода. При цьому враховують побажання туристів.
- У кожний пакет вкладають одноразовий стакан, серветку і ключ для відкривання пляшок.

Вартість дорожнього набору повинна відповідати вартості визначеного виду харчування.

Після кожного сніданку, обіду і вечері метрдотель через представника фірми з'ясовує зауваження і побажання туристів, заносить їх до книги побажань і

пропозицій. Ця книга має бути пронумерована, прошнурована, завірена печаткою і підписом керівництва. Зауваження і побажання метрдотель повідомляє директору закладу ресторанного господарства та представнику фірми. Їх обговорюють на виробничій нараді і вживають заходів щодо усунення недоліків в обслуговуванні туристів.

При обслуговуванні груп туристів кожний офіціант повинен обслужити 10- 15 осіб, індивідуальних туристів - не більше 8 [1-7].

Процес організація харчування в готельному номері.

Номери у готелях обслуговуються за замовленням гостей, яке надходить телефоном до метрдотеля, покоївок. У великих готелях замовлення можуть приймати черговий або старший офіціант.

Приймаючи замовлення, обов'язково необхідно врахувати та зафіксувати такі відомості:

- 1) номер кімнати, в яку необхідно подати сніданок, обід чи вечерю;
- 2) кількість гостей;
- 3) детальні найменування і кількість замовлених страв, закусок, напоїв;
- 4) час подання замовлення.

Прийнявши замовлення, метрдотель передає його безпосереднім виконавцям: офіціанту, працівникам кухні. В окремих випадках гості можуть попросити персонал ресторану прийти в номер для складання замовлення. Пропонуючи гостям меню, офіціант повинен надати їм допомогу у виборі страв і напоїв, складанні замовлення.

Для обслуговування в готельних номерах використовується спеціальні столовий посуд і приладдя (металеві глибокі тарілки з кришками, металеві кавники, чайники, посуд під вершки, різноманітні підставки, приладдя для підігріву та підтримки температури гарячих страв і напоїв безпосередньо в номері), таці прямокутної форми, сервісні візки різних конструкцій, легкі складні портативні столи. Якщо при обслуговуванні у номері використовують офіціантський візок, на ньому можна комплектувати декілька невеликих замовлень з номерів одного поверху. Для збереження кулінарних характеристик їжі - температури, естетичного оформлення, - страви необхідно dopravляти у номер якнайшвидше. Для цього у більшості готелів офіціанти використовують вантажні ліфти.

Правила яких потрібно дотримуватись при обслуговуванні гостей у номерах

1. Замовлення (сніданок, обід, вечеря) слід подавати або на таці, або на пересувному сервісному візку чи столику.

Якщо використовується таця, офіціант повинен нести її в лівій руці.

Права рука залишатися вільною, щоб відкрити або закрити двері, переставити якийсь предмет на таці тощо. Йдучи коридором, тацю тримають на рівні плеча і тільки перед входом у номер її опускають до рівня грудей.

2. Перед входом у номер необхідно попередньо постукати і, одержавши дозвіл, увійти.

3. Необхідно привітатися з гостем (гостями).

4. Якщо гість збирається снідати в ліжку, тацю йому необхідно подати з боку. Якщо в ліжку снідають дві особи, кожній подають окрему тацю.

5. При сервіруванні замовлення (сніданку, обіду, вечері) для однієї людини усе ставиться на тацю в такому ж порядку, як на столі в ресторані.

6. Якщо гість збирається їсти за столом у номері чи на балконі, то стіл потрібно застелити скатертиною. Тацю можна поставити на стіл або переставити всі предмети на стіл.

7. У номері офіціант не повинен затримуватися довше, ніж необхідно для виконання обов'язків. Розмовляти з гостем можна тільки тоді, коли гість ініціює розмову. У розмові необхідно дотримуватись чіткості та лаконічності у викладі інформації. За будь-якої ситуації офіціант повинен бути делікатним, ввічливим, коректним, тактовним, стриманим.

Що потрібно зробити офіціанту після обслуговування гостя у номері?

Після обслуговування номера офіціант прибирає посуд, прибори, скатертину. В окремих випадках на прохання гостей столовий інвентар може залишатись у номері до наступного дня. У книзі обліку посуду офіціант записує номер, перелік найменувань і кількості посуду. Про залишений у номері посуд необхідно повідомити покоївку та чергового на поверсі. Офіціант наступної зміни перед початком роботи, перевіряючи наявність посуду, приборів і столової білизни, повинен уточнити їх кількість, залишену у номері. Про повернення посуду з номера на кухню наступного дня, роблять помітку у журналі обліку столового інвентарю [1-7].

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Поколюдна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ ПАСАЖИРІВ НА ТРАНСПОРТІ

Організація обслуговування на транспорті

Організація обслуговування пасажирів здійснюється на всіх видах наземного, повітряного та водного транспортів.

На авіатранспорті організація обслуговування пасажирів здійснюється як в аеропортах, так і в салоні літаків.

В аеропортах функціонують ресторанны комплекси, які здебільшого експлуатуються багатофіліальною фірмою або її філією.

До складу комплексу входять такі заклади: ресторан традиційного типу, ресторан самообслуговування, експрес-бар, банкетна зала, кафе-кондитерська, службова їдальня для льотного складу, заклад швидкого харчування за типом «Швидко». Час обслуговування в них споживачів приблизно дорівнює: у ресторані – 40 хвилин, у кафе із самообслуговуванням – 20, у буфеті – 10, у службовій їдальні – 20 хвилин.

Усі підприємства ресторанного господарства, розміщені на території аеровокзалу, працюють у режимі функціонування аеровокзалу.

При вильоті літаків з порушенням графіка виникають труднощі, пов'язані із затримкою рейсів (збільшується кількість пасажирів), і заклади ресторанного господарства повинні перебудовувати свою роботу таким чином, щоб прискорити процес обслуговування і по можливості задовольнити потребу в харчуванні всіх пасажирів, змушених протягом декількох годин очікувати вильоту літака.

В усіх підприємствах у зв'язку з цим змінюється режим роботи (збільшується робочий день). Мобілізуються всі ресурси виробництва для забезпечення безупинного процесу обслуговування, залучається додаткова робоча сила.

У ресторанах для обслуговування пасажирів використовують банкетні зали. З метою прискорення процесу обслуговування в ресторанах тимчасово вводиться спрощене меню, велику частину залу відводять для тих, хто бажає одержати комплексний обід або вечерю.

У кафе з обслуговуванням офіціантами пропонують спрощене і комплексне меню, організовують обслуговування за типом «шведського столу».

У кафе із самообслуговуванням допускається максимальне збільшення місць навіть за рахунок тимчасового зниження рівня комфорту. Широко застосовують реалізацію комплексних видів харчування, скомплектованих на тацях.

У буфетах збільшується виробництво буфетної продукції і кількість буфетників, що відпускають її. Забезпечується безперебійне постачання буфетів продукцією. Організують широкий продаж дорожніх наборів. По можливості організовують додаткові спеціалізовані буфети, чайні столи, пересувні буфети на візках із продажем гарячих напоїв, наборів бутербродів, кондитерських виробів, морозива, соків, кисломолочної продукції. Пересувні буфети встановлюють у місцях найбільшого скупчення пасажирів: залах очікування, залах для транзитних

пасажирів, кімнатах матері і дитини.

В усіх закладах ресторанного господарства особливу увагу приділяють обслуговуванню пасажирів з дітьми.

Льотний склад харчується у службовій їдальні або ресторані, в окремому приміщенні, їх обслуговує черговий офіціант.

Організація харчування та обслуговування пасажирів на повітряному транспорті здійснюється згідно з терміном перельоту, при цьому кожна авіакомпанія пропонує свої специфічні послуги харчування залежно від національних, регіональних особливостей, країни, до якої летить повітряне судно.

Частота харчування залежить від дальності польоту повітряного судна: чим триваліший переліт, тим більше пасажир споживає продукції харчування, різної за асортиментом. Так, переліт до Америки триває 10 год., тому авіакомпанія пропонує пасажирам декілька раціонів харчування: сніданок, обід і другий обід-вечерю; переліт до Москви триває 1 год. 40 хв., тому пропонують тільки обіди.

Виробництво, постачання страв та організація харчування на борту повітряного судна повинні відповідати міжнародним та вітчизняними стандартам і вимогам організації обслуговування пасажирів в аеропортах та на літаках.

Асортимент страв і вид харчування залежить від вартості авіаквитка та рівня обслуговування під час перельоту. Залежно від цього авіаперевізники поділяють пасажирів на три групи: пасажир першого класу, бізнес-класу та економ-класу. Вартість харчування включається до ціни авіаквитка.

В раціоні харчування враховуються фізичні можливості пасажирів, пов'язаних з фізіологією і станом здоров'я, на борт літака додатково поставляється дієтичне та вегетаріанське харчування.

Тобто харчування на повітряних суднах класифікується за певними ознаками: за раціоном харчування, за контингентом споживачів, за замовником [1-7].

За раціоном харчування виділяють: сніданки, обіди, обіди, вечери, а також звичайний та дієтичний раціон.

За контингентом споживачів розрізняють: харчування для пасажирів та екіпажу.

За замовником харчування поділяється на те, яке замовляється авіакомпанією, та харчування, що надається пасажирам (екіпажу) чартерного рейсу.

Функції та перелік послуг, які може надавати підприємство харчування при організації бортового харчування, значно відрізняються від тих, що пропонуються звичайними закладами ресторанного господарства, за методами організації, обсягом робіт і тривалістю. До складу яких входить:

- прийняття замовлення на харчування від представників авіакомпаній (здійснюється за день до вильоту повітряного судна з аеропорту, враховуючи вимоги авіакомпанії за кількістю та асортиментом харчування для пасажирів різних класів, дієт, особистих побажань);

- приготування харчування згідно із замовленням (в аеропорті створені цехи бортового харчування в яких щоденно складається виробнича програма згідно із

замовленням, розкладом польотів літаків та затвердженим асортиментним переліком страв, що видаються на їх борт);

- обслуговування повітряного судна — згідно з міжнародними документами порядок наземного обслуговування повітряного судна включає такі операції:

а) надання відомостей про представництво обслуговуючої компанії і її розміщення;

б) процедури контролю завантаження повітряного судна, надання засобів зв'язку і автоматизованої системи управління вильотом;

в) контроль за засобами пакетування вантажів;

г) використання первинних технологій (супровід, стоянка, зв'язок з екіпажем, завантаження — розвантаження, запуск, переміщення повітряного судна, безпека);

д) обслуговування повітряного судна після прильоту та перед вильотом (очищення, внутрішнє прибирання, обслуговування туалетів, заправлення водою, кондиціонування, обслуговування окремих сервісних систем пасажирського салону, внутрішньої екіпіровки);

е) заправлення паливом, дозаправлення мастильними матеріалами і спецрідинами;

ж) технічне обслуговування повітряного судна;

з) забезпечення спеціальним транспортом;

и) здійснення контролю і управління якістю;

к) забезпечення бортовим харчуванням;

л) забезпечення охорони і безпеки.

- обслуговування пасажирів після зльоту (стюардеси розігрівають і подають гарячі страви і прохолодні напої, використовуючи одноразовий посуд) [1-7].

Для пасажирів автотранспорту створені автостанції і автовокзали.

Пасажирські автостанції призначені для пасажирів на кінцевих і транзитних зупинних пунктах міжміських і приміських маршрутів, їх класифікують за місткістю — на 25, 50, 75 чоловік.

Автовокзали призначені для обслуговування на кінцевих і проміжних міжміських і приміських автобусах. Автовокзали класифікують за місткістю людей на — 100, 200, 300, 500, 700, 1000 і більше людей.

Для обслуговування харчуванням пасажирів на автостанціях передбачають буфети на 12, 16, 24 і 36 місць, на автовокзалах - кафе від 15 до 100 місць. На автовокзалах більшої місткості, що будується за індивідуальними проектами, передбачають ресторани. Режим роботи кафе і буфетів визначається режимом роботи автовокзалу або автостанції і може бути цілодобовим. У асортименті буфетів — закуски, бутерброди, кисломолочна продукція, випічка, борошняні кондитерські вироби, гарячі сосиски, яєчня, кава, чай. В асортименті кафе можуть бути бульйони, другі гарячі страви нескладного приготування, солодкі страви, кондитерські вироби, кава. Асортимент страв ресторану при автовокзалі повинен відповідати даному типу підприємства. В період масових перевезень на автостанціях і автовокзалах відкривають додаткову дрібно-роздрібну мережу (кіоски, палатки), а також

організують торгівлю з візків продукцією власного виробництва.

Обслуговування харчуванням пасажирів водного транспорту ведеться в ресторані, кафе, буфеті, через кіоски, павільйони і роздрібну мережу, що розміщені в морських і річкових портах, на теплоходах, суднах.

Невеликі річкові і морські судна обладнані буфетами для продажу холодних закусок і напоїв. Буфет має підсобне приміщення, може мати і торговий зал на 8-12 місць. Якщо торговий зал відсутній, то продукцію відпускають через роздавальне вікно, що виходить на закриту частину палуби. У підсобному приміщенні встановлена холодильна шафа, виробничий стіл, мийні ванни. Для викладення товарів використовують пристінні та прилавки-вітрини.

Великі пасажирські судна мають один або декілька салонів- ресторанів, буфети, бари. Місткість салонів-ресторанів від 48 до 200 місць, вони обладнані столами, стільцями, сервантами. Столи і серванти для стійкості кріпляться до підлоги. Споживачів у залі обслуговують офіціанти.

Ресторани реалізують широкий асортимент страв, кондитерських, кулінарних виробів та напоїв за меню вільного вибору. Для туристів, що подорожують на суднах, харчування, яке входить до вартості путівки, організують за меню денного раціону. Під час споживання їжі у ресторанах у залі здійснюється розвізна торгівля: туристам пропонують напої, кондитерські та тютюнові вироби. В усіх випадках приймаються заявки на доставку раціонів харчування до кают пасажирів, роблять продаж абонементів на харчування. **Обслуговування в ресторані великого пасажирського судна передбачає обслуговування туристів тричі на день** — під час сніданку, обіду, вечері і здійснюється в два прийоми. Обслуговують у залі офіціанти. За 25-30 хвилин до появи у залі споживачів на столи подають холодні закуски, холодні напої, за 5-10 хвилин — перші страви у супових мисках. Подавання других, солодких страв, гарячих напоїв здійснюється після збору використаного посуду, їх одержують на роздавальні і відносять до залу [1-7].

Під час вечері туристам пропонують вибрати один із двох варіантів меню денного раціону, запланованих на наступний день. Для цього віддруковане меню кладуть на кожний стіл, турист після ознайомлення з ним ставить навпроти вибраних страв певні позначки. У кінці дня адміністратор підсумовує дані по двох меню і передає інформацію завідувачому виробництвом, який планує роботу кухні на наступний день. В останній вечір перед закінченням круїзу у ресторані проводиться банкет або прощальна вечеря. Всі питання, пов'язані з їх проведенням, узгоджують між собою директор ресторану і адміністратор залу, з одного боку, організатор круїзу, з іншого боку. У цей вечір у буфеті можна купити вино та інші напої, передбачається певна культурно-розважальна програма [1-7].

Бари реалізують лікєро-горілчані та безалкогольні напої, цукерки, шоколад тощо, бутерброди, які готує кухня ресторану, кондитерські вироби. Споживачів обслуговує бармен. У барі застосовується комбінована форма обслуговування: споживачі можуть обмежитися послугами барменів біля стійки або, сидячи за столами у залі, зробити замовлення офіціантам.

У барі завжди звучить музика, що сприяє відпочинку. Танцювальну музику для туристів, як правило, виконують інструментальні ансамблі. Музичне обслуговування доповнюється телевізійними передачами. На судах, на яких подорожують іноземні туристи, споживачів обслуговують також офіціанти.

У буфетах реалізують кулінарні та кондитерські вироби, напої. Буфет, оснащений прилавком з двома вітринами, встановленими на прилавок, пристінними вітринами, холодильним обладнанням, невисокими шафами (сервантами). У шафі зберігають продукти, паперові серветки тощо, поверхню (верхню кришку) шафи використовують як кришку столу[1-7].

Обслуговування пасажирів на залізничному транспорті здійснюється на вокзалах, станціях, перонах та потягах.

На вокзалах функціонують різного типу заклади ресторанного господарства: ресторани, кафе, їдальні, буфет, заклади швидкого обслуговування. Режим роботи закладів ресторанного господарства підпорядкований ритму роботи вокзалу — швидкому обслуговуванню споживачів. У всіх закладах (за винятком буфетів) пасажирів можуть бути запропоновані комплексні види харчування.

У ресторанах при вокзалах організовують столи для обслуговування транзитних пасажирів за попереднім замовленням і пасажирів із дітьми. Буфети винесені в торговий зал ресторану, що дає можливість пасажирам придбати деякі товари в дорогу. В залі ресторану обслуговують офіціанти, в інших закладах застосовується самообслуговування.

Харчування пасажирів у дорозі організовують у вагонах-ресторанах, вагонах із купе-буфетами, вагонах-кафе самообслуговування [1-7].

До складу устаткування купе-буфетів входить холодильне устаткування для збереження швидкопсувних продуктів, апарат для підігріву води, ванни для миття столового посуду.

Купе-буфет реалізовує такий асортимент товарів: чай, каву, безалкогольні напої, фрукти, соки, хлібобулочні і кондитерські вироби, дорожні набори, тютюнові вироби. Обслуговує пасажирів буфетник, розносну торгівлю у вагонах здійснює його помічник — буфетник-розносник. У буфеті для подавання страв в основному використовується одноразовий посуд.

Вагон-ресторан складається з торгового залу на 48 місць, кухні і мийної столового посуду. Буфетна стійка винесена в торговельний зал. Зал розміщується у двох салонах, в яких 12 складних чотиримісних столів, які мають чотирикутну форму і торцевою стороною впираються у стіну вагона навпроти вікна. Над кожним столом у нижній частині віконної рами вмонтована невелика решітка з чотирма комітками для пляшок, навколо столів розміщують напівм'які стільці. Столи накриті скатертинами або індивідуальними серветками. При реалізації комплексних обідів до попереднього сервірування включають пиріжкову тарілку, столові набори, фужер, паперові серветки, набори для спецій, квіти. У вечірній час сервірування доповнюється закусочними тарілками.

Виробниче приміщення оснащено холодильним устаткуванням, плитами,

виробничими столами. Працює персонал на напівфабрикатах, що разом з іншими продуктами одержують на вузлових станціях із ресторанів.

У ресторані готують перші і другі гарячі страви, холодні закуски, реалізують кисломолочні продукти, мінеральну і фруктову воду, кондитерські вироби, дорожні набори. Буфетну продукцію і дорожні набори доставляють пасажиром у купе. За заявками пасажирів у купе можуть бути доставлені також гарячі страви. В основному ж споживачів обслуговують у залі вагона-ресторану.

Вагон-ресторан самообслуговування має залу на 27 місць із них 24 для прийняття їжі стоячи. Столи впираються торцевим боком у роздавальну стійку, яка оснащена охолоджуваними шафами, вітринами, полицями, висувними ящиками, а також мають ніші для візків.

Для комплектування гарячої їжі (двох варіантів комплексних обідів) використовують спеціальні таці, які мають гнізда для посуду. Таці з комплексними обідами доставляють на роздавальню на візку, на якому розміщуються чотири таці. Холодні закуски, напої, закупні товари, кондитерські вироби споживачам пропонують вибирати.

Кафе-самообслуговування займає половину пасажирського вагона і має залу на 20 місць. У залі встановлена роздавальна стійка зі вставними охолоджувальними та не охолоджувальними шафами, висувними ящиками, кавоваркою і касовим апаратом. Кафе має виробниче приміщення, оснащене необхідним тепловим та холодильним обладнанням, столами, а також мийним відділенням. У меню кафе — гастрономічні товари та вироби з них, кисломолочні продукти, салати, яйця варені, сосиски, м'ясні другі страви з гарніром, гарячі напої, соки, дорожні набори.

При обслуговуванні туристських потягів харчування організовують за меню денного раціону, що сприяє прискоренню процесу обслуговування. Пасажирів туристських потягів забезпечують триразовим харчуванням. Додатково за готівку туристи можуть придбати продукцію у буфеті. Під час стоянок на період тривалих екскурсій туристам виділяється набір продуктів (дорожні набори).

Під час рейсу пасажирів обслуговує бригада у складі директора, завідуючого виробництвом, одного-двох кухарів, двох кухонних робітників, мийника посуду, трьох офіціантів (один з них офіціант- розносник) і буфетника [1-7].

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покоloodна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 9. КЕЙТЕРИНГОВЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВИДИ

Кейтерингове обслуговування можна класифікувати за різними ознаками: контингентом замовників, місцем проведення заходу, характером наданих послуг.

За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів (табл. 1).

Таблиця 1

Основні групи споживачів кейтерингового обслуговування

Групи споживачів	Контингент споживачів	Об'єкткейтерингового обслуговування
Корпоративні замовники	Фірми, установи, підприємства, посольства	Ділові зустрічі, презентації, конференції, семінари, корпоративні вечірки
Громадські організації	Спілки, комітети, асоціації, шкільні та батьківські комітети, асоціації випускників	Семінари, збори, благодійні бенкети, випускні бали тощо
Індивідуальні замовники	Приватні особи	Сімейні свята: дні народження, ювілеї, весілля тощо
Колективи установ, підприємств, навчальних закладів	Робітники, службовці, студенти тощо	Комплексні обід, сніданок, полуденок, вечір

За місцем проведення заходу кейтерингове обслуговування поділяється на таке, що проводиться:

— в приміщенні — офісі, вдома, будинку культури, на території виставкового центру, бізнес-центру, планетарію, музею тощо;

- на лоні природи — на лісовій галявині, в береговій зоні тощо;
- на транспорті — на прогулянкових катерах, теплоходах, авіа- та автомобільному транспорті;
- при проведенні масових заходів (спортивних, фестивалів, гулянь тощо) на відповідній території (спортивних комплексів, центральної частини міста, парків тощо).

За повнотою наданих послуг кейтерингове обслуговування поділяється на кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування та повносервісне.

Кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування — це вид виїзного обслуговування, при якому ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) бере на себе зобов'язання з виготовлення та доставки страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці.

Повносервісне кейтерингове обслуговування — це вид виїзного обслуговування, при якому ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) повністю бере на себе зобов'язання щодо організації замовлення: розробку сценарію проведення свята, складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце призначення, обслуговування споживачів на рівні ресторанного сервісу, згортання роботи на місці проведення бенкету.

Схема організації та проведення повносервісного кейтерингового обслуговування.

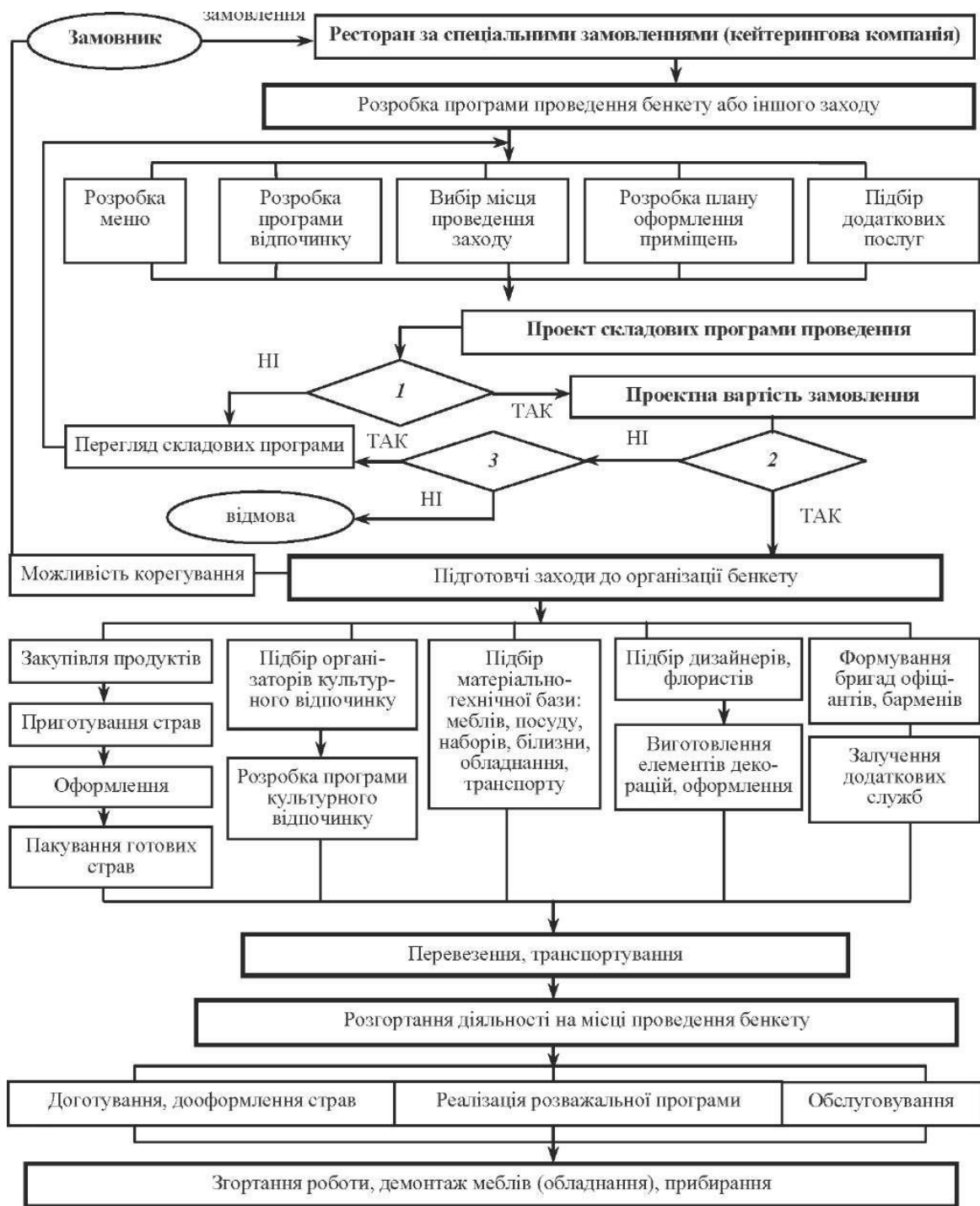


Рис. 2. Схема організації повносервісного кейтерингового обслуговування: 1— замовника влаштовує розроблений проект; 2— замовника влаштовує вартість замовлення; 3— слід переглянути проект програми.

Класифікація кейтерингових послуг

Кейтерингові послуги поділяються на основні та додаткові. До основних належать: приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів, барменів; до додаткових: організація культурного дозвілля та дизайнерська робота при оформленні приміщень, де буде проводитись замовлений бенкет, прибирання приміщення після бенкету тощо [1-7].

Залежно від виду заходів, фінансових можливостей замовника кейтерингова компанія може запропонувати асортимент послуг, перелік яких наведено в табл. 2.

Таблиця 2.

Види заходів та асортимент кейтерингових послуг

Назва заходу	Характеристика послуг
Корпоративні свята, ювілеї фірм	— Фуршетне меню — Встановлення звукового та світлового обладнання — Організація шоу-програми — Запрошення музичного гурту, артистів, ведучого — Оформлення приміщення — Організація обслуговування — Спецэффекти
Фуршети після семінарів, виставок, презентацій	— Фуршетне меню — Оформлення столів — Організація обслуговування
Приватні свята	— Бенкетне меню — Запрошення ведучого вечора — Встановлення звукового та світлового обладнання — Організація розважальної програми — Оформлення приміщення — Організація обслуговування — Спецэффекти
Весілля	— Спеціальне весільне бенкетне меню — Відповідне оформлення приміщення — Організація обслуговування — Розробка індивідуального сценарію — Послуги ведучого вечора та артистів — Встановлення звукового та світлового обладнання для дискотеки — Спеціальні ефекти та сюрпризи тощо

Приклад план-схеми розташування тентів, допоміжних приміщень, меблів, декорацій та руху обслуговуючого персоналу під час виїзного обслуговування з приводу презентації продукції фірми-замовника наведено на рис. 2.

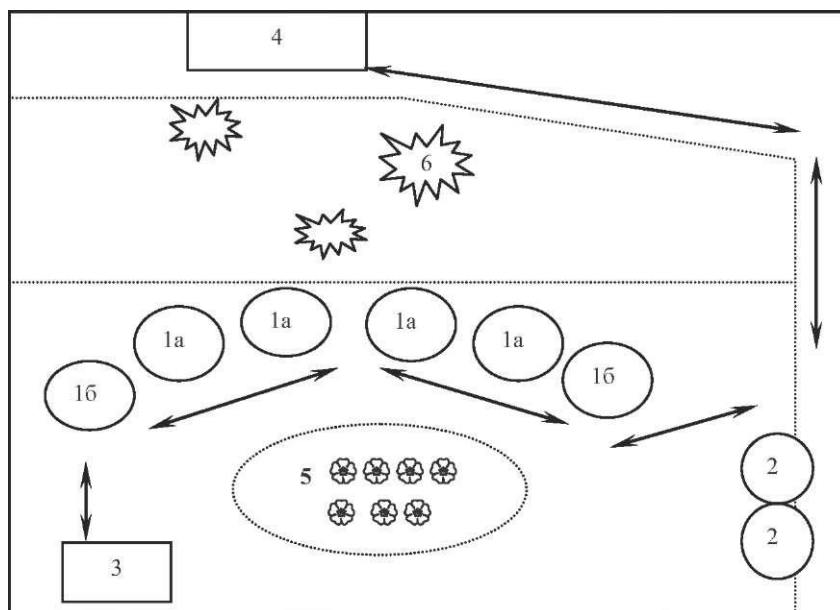


Рис. 2. План-схема розташування тентів та столів при проведенні фуршету з приводу презентації продукції фірми-замовника: — рух обслуговуючого персоналу під час обслуговування;

1a - тенти з фуршетними столами під ними; 16 — тенти зі столами-барами з напоями;

2- виставкові шатри з продукцією фірми-замовника;

3 - майданчик для підготовки посуду, переодягання персоналу;

4 - доготівельне приміщення; 5 — квітник; 6 — дерева

Таблиця 3

Сценарій підготовки та проведення бенкету фуршету

Час	Операції	Виконавці
Вечір попереднього дня		
17 ⁰⁰	Завезення меблів, посуду, білизни на місце проведення заходу	Водії, вантажники
17 ⁰⁵ -18 ⁰⁰	Розвантажування, перенесення в приміщення, монтаж сцени, звукового та світлового обладнання	Вантажники, спеціальні фірми
18 ⁰⁰ -18 ³⁰	Розставляння меблів за планом	Вантажники
18 ³⁰ -21 ⁰⁰	Прасування скатертин, «юпок», драпірування столів, прикрашання приміщення	Дизайнер, офіціанти
День проведення заходу		
13 ⁰⁰	Прихід персоналу	Офіціанти, бармени, кухарі, менеджери
13 ⁰⁵ -13 ¹⁵	Підготовка персоналу до роботи, переодягання	Офіціанти, бармени, кухарі

13 ¹⁵ -14 ¹⁵	Закінчення драпірування столів. Завезення і приймання закусок та холодних страв, напоїв	Офіціанти, бармени, кухарі, вантажники, водії
14 ¹⁵ -18 ³⁰	Оформлення страв, сервірування столів	Офіціанти, кухарі
19 ⁰⁰ -19 ³⁰	Початок свята. Зустріч гостей	Офіціанти, гіді
19 ³⁰ -22 ³⁰	Розважальна програма	Артисти
19 ³⁰ -21 ⁰⁰	Обслуговування гостей під час розважальної програми. Завезення гарячих страв. Порціонування гарячих страв	Офіціанти, кухарі, водії, вантажники
21 ⁰⁰ -21 ²⁰	Сервірування столів, подавання гарячих страв та напоїв	Офіціанти, бармени, кухарі
21 ²⁰ -22 ⁰⁰	Обслуговування гостей, порціонування десерту	Офіціанти, бармени, кухарі
22 ⁰⁰ -22 ²⁰	Сервірування столів, вивезення торта, подавання десерту	Офіціанти, бармени
22 ³⁰ -24 ⁰⁰	Дискотека	(діджей)
24 ⁰⁰ -2 ⁰⁰	Кінець свята. Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження на спеціальний транспорт, транспортування до закладу, прибирання приміщень	Офіціанти, бармени, вантажники, водії, прибиральники

Обслуговуючий персонал та необхідне обладнання.

Кількість офіціантів, які беруть участь в обслуговуванні, розраховується в такому співвідношенні: один офіціант на 10-15 гостей на бенкеті-фуршеті та 6-7 гостей на бенкеті за столом. Перед початком заходу менеджер (управляючий) призначає бригадирів офіціантів - один бригадир на 5-10 чоловік [1-7].

Персонал	Функції, який він виконує	Кількість осіб
Менеджер відділу проведення заходів	Загальне керівництво	1
Кухарі	Приготування та оформлення страв: для меню середньої складності	3-4
	для меню зі стравами складного приготування	5—6
Офіціанти	Обслуговування: один офіціант на 5-10 гостей	Близько 12
Бармени	Обслуговування	2
Арт-менеджер	Проведення концертної програми	1
Дизайнери, флористи	Оформлення залу та столів	3-4
Технічний персонал	Прибирання використаного посуду тощо	2
Охорона	Охорона матеріальних цінностей, контроль за дотриманням порядку	1-2

Необхідне обладнання, меблі, посуд при підготовці до бенкету на 100 персон

Обладнання	Кількість, од.
Термобаки для сухого льоду ємністю 1м ³	1
Гастроємності	У кількості найменувань страв
Теплова шафа	1
Конвектомат	1
Столи розкладні	10
Стільці	120
Посуд та набори	120 +20 (запас)
Транспортнізасоби	ЗІЛ — «Бичок»
Страви та необхіднеобладнаннядоставляються за три рейси	

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покогодна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ УЧАСНИКІВ ДІЛОВИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ЗАХОДІВ.

Послуги з організації харчування учасників з'їздів, конференцій, фестивалів, форумів та нарад

Учасників з'їздів, форумів, нарад, що мешкають у готелі, забезпечують триразовим харчуванням - сніданком, обідом та вечерєю. Обіди і вечері можуть бути організовані в інших ресторанах.

Сніданки, обіди і вечері проводяться в певний час. Вони наперед узгоджуються з організацією, що відповідає за обслуговування учасників цих заходів. Також узгоджується меню з урахуванням виділених для цих цілей сум грошей.

Для своєчасної організації харчування адміністрація ресторану має бути заздалегідь повідомлена про терміни і режим роботи з'їзду (конференції та ін.) та чисельності учасників. Визначається час відвідання ресторану, вартість денного раціону і порядок розрахунку. Меню для учасників таких заходів складається заздалегідь і погоджується із замовником. Можуть бути запропоновані варіанти комплексних сніданків, обідів та вечері.

Чисельність обслуговуючого персоналу розраховують, виходячи з норми обслуговування: один офіціант може обслужити одночасно не більше восьми відвідувачів.

Для збирання посуду виділяють підсобних працівників, надаючи таким чином можливість офіціантам займатися тільки подачею страв і розрахунком.

Для прискорення обслуговування столи сервірують заздалегідь. До сніданку, наприклад, відповідно до меню ставлять чашки для чаю або кави, підставки для яєць, розетки з джемом, цукор, молочнокислі продукти. Чай можна подавати у чайниках, каву в кавниках, щоб відвідувачі могли самі налити напої. Хліб також нарізають завчасно і викладають на тарілки або в хлібниці, ставлять на столи і накривають серветками [1-7].

Заздалегідь сервірують столи і до обіду. На них ставлять пляшки (охолоджені і протерті) з мінеральною та фруктововою водою, фрукти, хліб, закуски на тарілках або в салатниках, солодкі страви (компот, кисіль, мус, желе).

Прискоренню обслуговування сприяє пристрій для додаткової роздачі у залі. Це можуть бути мармити для перших страв, охолоджувані вітрини для напоїв.

Сервірування залежить від розташування столів і їх виду. Якщо столи встановлені пристінно, то застосовується одностороннє сервірування. У такому випадку воду, кисломолочну продукцію, фужери розміщують у вигляді трикутника, основа якого проходить уздовж сторони столу, зверненої до стіни.

Між трикутниками розміщують блюда (лотки), вази з бутербродами, піріжками, тістечками. На торцях столу встановлюють соки, по краю столу - стопками закусочні тарілки, виделки і ножі.

Якщо столи встановлені по середині приміщення, то застосовується двостороннє сервірування. Продукцію в пляшках, келихи, чарки розміщують посередині столу рядами або ялинкою.

Між ними розташовують в асортименті піріжки, бутерброди, кондитерські й інші вироби власного виробництва.

Чайні, кавові столи розташовують ближче до виробничих помешкань, тому що необхідно часто носити використаний посуд у мийну, доставляти чистий у зал, поповнювати самовари окропом. Термостати, самовари і чайники заварні ставлять на окремому столі, тут же розміщують чашки з блюдами, вазочки з нарізаним лимоном, вазочки або цукорниці з грудковим цукром [1-7].

Харчування може бути організоване як за готівку, так і за безготівковим розрахунком (талонах). Офіціант здає касиру талон як гроші. З кухнею і буфетами він розраховується за відлучені страви касовими чеками. Якщо харчування організовується за готівку, то офіціант робить розрахунок у звичайному порядку, тобто представляє рахунок і одержує гроші.

Для прискорення обслуговування служить і такий захід, як попереднє ознайомлення клієнтів з меню сніданків, обідів, вечерь. Меню розкладають на столах. Клієнти можуть відзначити в них страви, які вони хочуть замовити на завтра. Метрдотель повідомляє замовлення і передає їх завідувачу виробництвом, що скорочує час на сніданок до 30 хв.. на обід до 45 хв.

У перервах між засіданнями може працювати спеціально організований буфет-фуршет або влаштовуються кава-брейк та бізнес-брейк [1-7].

Залежно від кількості відвідувачів, площі і форми приміщення ставлять один або кілька столів завдовжки 2-6 м, використовуючи фуршетні столи. За їх відсутності столи складають із квадратних або прямокутних столів. Їх накривають скатертинами, як на банкет-фуршет, виставляють холодні закуски невеликими порціями (у салатниках), хліб, на великих блюдах - порціонні гастрономічні вироби, бутерброди, у вазах - фрукти, тістечка, пиріжки. На торцях столів ставлять термоси з кавою, бульйонами, чашки для бульйону і кави, глечики з соком.

Біля фуршетних столів на допоміжних столиках розміщують закусочні і пиріжкові тарілки, закусочні виделки і ножі групами, фужери та склянки. Невеликими купками кладуть паперові серветки.

Кожний стіл обслуговують не менше трьох офіціантів: один слідкує за поповненням продукції, другий збирає використаний посуд, третій робить розрахунок

Для прискорення обслуговування практикують організацію окремих столів по відпуску бульйонів і пиріжків, продаж гарячих сосисок, закусок в однопорційних сковорідках та кокотницях. У цих випадках їжу відпускає кухар, а розрахунок робить офіціант. Додатково організовують чайні столи та продаж морозива[1-7].

Типові меню при обслуговуванні учасників з'їздів, конференцій, фестивалів, форумів та нарад

Кава-брейк

Напої під час перерви або заходу

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Ранкова пауза (з 8.00 до 10.00)

Кава з вершками або чай з лимоном

Бізнес-брейк

Канapé з лососевою ікрою або сьомгою

Бутерброд з шинкою або ковбасою

Бутерброд з сиром Свіжі сезонні фрукти

Пиріжки в асортименті (з м'ясом, фруктами, джемом)

Здобне печиво

Мінеральна вода або сік

Кава з вершками або чай з лимоном

Принципи складання меню

Меню(від фран. *menu*) – це перелік наявних у продажі закусок, страв, напоїв, борошняних виробів із зазначенням виходу і ціни. Друге визначення «меню» - це бланк, карта, аркуш паперу, де друкується або пишеться назва страв.

У багатьох європейських країнах меню називають «Карта страв», «**Список страв**» і т. п. **Карта страв** – це перелік страв, який записується в певній послідовності у відповідності з порядком споживання страв, що прийнятий в тій чи іншій країні. До уваги також беруть режим харчування та інші особливості, притаманні національній кухні відповідного народу.

Меню ресторану та інших закладів ресторанного господарства - це не тільки перерахування страв. Це візитна картка закладу, один із засобів реклами, тому його зовнішній вигляд має бути бездоганним, щоб справляти як найкраще враження на гостей.

Меню почали використовувати у Франції на королівських прийомах з 1541 року, де гостям пропонували деталізований опис всіх страв, які будуть подані до столу. Раніше у практиці організації прийомів кожен наступну страву оголошував шеф – кухар, а скільки страв буде всього подано і в якому порядку ніхто (крім кухаря) не знав.

*Історики відносять появу першого ресторанного меню до 1784 року. У Відні в ресторані «Зелене яблуко» було введено меню *Ruchet-zeddel* – карту всіх страв, які міг би обрати кожен гість.*

Меню в закладі харчування виконує різні функції:

інформаційна - джерело інформації для гостей про страви, що пропонуються для реалізації, про очікувану вартість послуги; засіб спілкування; способи приготування страв, основні інгредієнти страв і напоїв, відомості про вагу порції; історія ресторану;

організаційна - зміст меню виступає організуючим початком технологічного процесу ресторанних послуг;

індикаторна - синтезує основну діяльність підприємства за видами послуг, кулінарну майстерність та мистецтво сервісного обслуговування персоналу;

аналітична - вивчення споживчого попиту, установлення взаємозв'язку між запропонованими послугами і реальними потребами споживача, аналіз продаж;

стимулююча - формує процес мотивації через потреби гостя, рейтинг страви – оцінка з позиції гостя, співвідношення ціна-якість.

маркетингова - засіб поширення популярності підприємства серед потенційних клієнтів;

соціально - культурна – естетичний вигляд папки – меню, спосіб формування думки щодо ритуалу приготування, сервіровки та вживання їжі.

До розробки і створення меню слід підходити творчо, тоді воно не тільки інформуватиме споживачів про наявність страв та напоїв, а й спонукатиме споживача

до більшого замовлення, тобто впливатиме на прийняття рішення про вибір, перетворюючись таким чином на *елемент реклами* [1-7].

Ідеальний ресторан повинен мати меню, яке:

- зрозуміло представляє страви;
- пробуджує фантазію;
- перетворює процес споживання їжі в особливий ритуал.

Залежно від контингенту обслуговуваних гостей, типу і потужності підприємства ресторанного господарства, застосовуваних форм і методів обслуговування та інших факторів розрізняють такі види меню:

Перша класифікація

вільного вибору:

- меню порційних страв;
- обмежене меню;
- меню окремого дня;
- меню страв масового споживання;

скомплектоване:

- комплексного обіду в закладах швидкого обслуговування;
- загального столу в ресторані;
- денного раціону в соціально-орієнтованих закладах харчування;

бенкетне:

- для бенкету за столом з повним обслуговуванням офіціантами;
- для бенкету за столом з частковим обслуговуванням офіціантами;
- для бенкету-чаю;
- для бенкету-фуршету;
- для бенкету фуршет-десерту;
- для бенкету-коктейлю;
- для інших святкових заходів;

Друга класифікація видів меню

Меню з вільним вибором страв застосовують у загальнодоступних закладах ресторанного господарства (*ресторанах, їдальнях, кафе, закусочних*).

Меню вільного вибору надає можливість споживачам вибирати страви із загального меню підприємства згідно зі своїми уподобаннями і самостійно складати для себе меню сніданку, обіду чи вечері. Меню вільного вибору може включати меню порційних страв (*a la carte*) і обмежене меню (*limited*).

У порційному меню вказують порційні страви в широкому асортименті. Його використовують у ресторанах і характерною його особливістю є те, що страви, як правило, **готують на замовлення**. Враховуючи складність приготування порційних страв, заклад повинен бути забезпечений персоналом високої кваліфікації. Це меню не змінюється довгий час, тому вважається статичним (постійним). Зміни можливі раз на місяць, сезон і пов'язані з появою чи недостатністю певних видів продуктів для їх приготування або недостатністю попиту на певні страви чи напої. Всі страви, що включаються в порційне меню, готують за індивідуальними замовленнями

і потребують часу для приготування (бажано вказати час), їх подають через 15-20 хвилин.

В ресторані класу „Люкс” в меню має бути включено не менше 15 найменувань холодних закусок, 3 – гарячі закуски, 5 – перших страв 30 – других страв, 6 солодких страв.

Всього на протязі дня має реалізуватися не менше 48 найменувань страв і закусок, 8 напоїв, 10 хлібно – булочних і кондитерських виробів.

Меню чергових страв у ресторані складається для швидкого обслуговування відвідувачів. До нього включаються страви, готові до відпуску. Важливо, щоб їх асортимент був досить широким. Порційні і чергові страви заносять в один бланк меню.

Меню обмежене (або меню вузького асортименту) використовують у закладах швидкообслуговування, а також в спеціалізованих закладах ресторанного господарства: закусочній (пиріжковій, млинцевій тощо), кафе (кафе-морозиво, кафе-кондитерська). Зменшення асортименту страв у меню має певні переваги: автоматично звужується перелік продуктів, необхідних для приготування страв. Працівники значно швидше і краще засвоюють прийоми і методи роботи. Завдяки цьому легше підготувати допоміжний персонал, запам'ятати особливості приготування та подавання страв.

Обмежене меню знижує собівартість приготування страв внаслідок зменшення спеціального обладнання, виробничих і складських приміщень. Недоліком його є одноманітність, що негативно впливає на попит споживачів [1-7].

Меню денного раціону складається згідно з вимогами раціонального харчування певного постійного контингенту споживачів: школярів, учнів навчальних закладів, відпочиваючих у санаторіях, в тих випадках, коли відбувається обслуговування учасників з'їзду, конференцій, нарад і членів різних делегацій тощо. Для забезпечення різноманітності харчування страви в меню не повторюються або чергуються через один два тижні, у зв'язку з чим меню має назву циклічного. У цьому випадку чергуються кілька стандартних меню.

Денний раціон може бути трьох або чотирьохразовим – при введенні другого сніданку або полуденку. Меню денного раціону може бути з вільним вибором блюд за бажанням відвідувача або скомплектованим заздалегідь. В залежності від вікових, національних особливостей контингенту відвідувачів калорійність меню денного раціону коливається від 2000 до 5000 ккал. Виходячи з вимог раціонального харчування в меню сніданку, наприклад, входять натуральні соки, кисломолочна продукція, масло вершкове, гастрономічні продукти (сир, ковбаса, шинка та ін.), холодна закуска, страви із яєць і страва нескладного готування (сосиски, сардельки, та ін.) гарячі напої [1-7].

Обід, як правило, містить закуску, першу і другу страви, десерт, хліб. При підборі страв необхідно враховувати калорійність, вміст білків, жирів та вуглеводів. Вечеря має включати закуску, гарячі страви, напій, хліб. На вечерю не слід пропонувати смажені, гострі та жирні страви, страви із грибів.

Меню скомплектованих обідів рекомендується застосовувати при масовому обслуговуванні в студентських і шкільних їдальнях та при промислових підприємствах. Воно складається з урахуванням контингенту, споживачів та збалансованого харчування. В групу *скомплектованого меню* входять меню комплексного обіду (сніданку, вечері, полуденка), які передбачають включення до його складу як основних, так і додаткових страв, загальна вартість яких чітко фіксована. Це дає можливість організувати харчування за абонементом в соціально орієнтованих підприємствах, чи з попередньою оплатою раціону харчування в ресторані готелю (в основному туристів). При складанні комплексних обідів, сніданків або вечерь враховують вартість раціону, різноманітність і правильний підбір продуктів, що входять у страви, забезпечення їх смакового поєднання. Меню комплексних обідів рекомендується складати на 7-10 днів, що дозволяє урізноманітнити асортимент страв по тижнях.

Як правило, комплексний обід коштує дешевше, ніж такий же набір страв, вибраний споживачем із меню вільного вибору, що підвищує його привабливість. У ресторанах практикується складання експрес-обідів (на окремих бланках), причому страви цього меню не повинні повторюватися в меню порційних страв. Меню обідніх страв і експрес-обідів застосовують тільки в денні години роботи ресторану [1-7].

Меню загального столу складає шеф-кухар ресторану з урахуванням принципів раціонального харчування та традицій і вимог до формування меню сніданку, обіду чи вечері. Страви, що входять до його складу, реалізують за фіксованими цінами. Споживач не може вносити зміни в меню, до складу якого входить 4-7 різних страв. Згідно з цим розробляється окрема програма подавання обіду персоналом. Це меню належить до розряду змінного, що дозволяє забезпечити потреби споживачів, які протягом певного часу або постійно користуються послугами ресторану.

Банкетне меню - це меню святкового сніданку, обіду або вечері.

Меню банкету складається в кожному конкретному випадку при прийомі замовлення, з урахуванням виду банкету, характеру свята, сезону та побажань замовника. Якщо банкет проходить за столом з повним обслуговуванням офіціантами, то асортимент холодних страв та закусок обмежений і замовляють їх в основному в розмірі порцій.

Для банкету за столом з частковим обслуговуванням офіціантами замовляють широкий асортимент холодних страв і закусок у розмірі 1/2 чи 1/3 порції на одну особу. Для банкету-обіду можна запропонувати закуску, бульйон, солянку чи іншу першу страву, другі гарячі страви (1- 2 найменувань) з риби, м'яса, птиці, а на десерт подають фрукти, морозиво, желе, кондитерські вироби та напої. Банкет зазвичай завершується подаванням чорної кави. Співвідношення між основними продуктами, включеними в банкетне меню приблизно таке: м'ясо - 60 %, птиця - 25 %, риба - 15 %. Так само, як і при складанні меню інших видів, тут дотримуються певного порядку розміщення закусок і страв.

Меню бенкету-фуршету відрізняється значною кількістю холодних закусок, що готуються невеликими порціями, та обмеженим асортиментом гарячих страв (1-2 найменувань). Можна включати також морозиво, фрукти, штучні кондитерські вироби, каву.

У меню бенкету-коктейлю включають канапе, невеликі котлети, люля-кебаб, сосиски-малютки тощо.

Меню бенкету-чаю складається з солодких страв, фруктів, тортів, тістечок, печива, варення, гарячих напоїв.

Меню для спеціальних видів обслуговування складається, наприклад, для зустрічі Нового року, святкування весілля, дня народження, урочистостей у дні традиційних свят. Тут має враховуватися характер свята. Меню для спеціальних форм обслуговування характеризується різноманітністю холодних закусок; із гарячих страв зазвичай включаються два-три види - рибна, м'ясна, із птиці, на десерт - фрукти, морозиво, кондитерські вироби, гарячі напої, вина. У меню зазначається не тільки асортимент закусок і страв, а й кількість порцій, тому що деякі закуски готують з розрахунку 1/2 або 1/3 порції на людину.

Дитяче меню. Робота з дітьми вимагає серйозної підготовки і цілого ряду нових рішень. Спеціальне дитяче меню можна вводити в будь-яких ресторанах, або у спеціалізованих закладах (дитячі кафе, в садочках, в школах, в санаторіях, на базах відпочинку та ін.). Це залежить в першу чергу від самого власника і від того, наскільки далеко він готовий зайти, щоб витрачені зусилля принесли вигоду. Меню має містити страви невеликих розмірів (півпорціями чи третина порції), з цікавими назвами та оригінальною презентацією [1-7].

Меню – газета.

Для того щоб переконати споживачів у купівлі тих чи інших страв та напоїв, поряд із звичайним меню використовують меню – газету. В меню газеті при описі тієї чи іншої страви можна не тільки розкрити суть її приготування, а також дати історичну довідку, розповісти анекдот, назвати імена відомих людей, які віддали їй перевагу.

Особливо слушно використовувати меню - газету в готелі, де є можливість більш широко і комплексно представити все, що можуть запропонувати ресторани, кафе, клуби, казино, тощо. Така форма меню дає додаткову можливість ресторану презентувати страви, вина та послуги закладів ресторанного обслуговування.

Електронне меню.

Для того, щоб бути конкурентно здатним рестораном, необхідно особливу увагу приділяти новинкам, як в кулінарній майстерності, так і в техніці обслуговування, що значно підвищує імідж ресторану.

Більше про сучасний ресторан високого класу скаже меню, виконане у вигляді мініатюрного комп'ютера - це електронне інтерактивне меню для барів, кафе, ресторанів[1-7].

Електронне меню (e-Menu) - ресторану являє собою сенсорний екран, планшет, наприклад iPad, на якому можна отримати вичерпну інформацію про кожній

страви на багатьох мовах: зовнішній вигляд (кожне найменування в меню супроводжується фотографією), ціна, список інгредієнтів, калорійність, час приготування, докладний опис процесу приготування страви. Також можна отримати додаткові послуги, оскільки в комп'ютері з е-Menu, як правило, є ще такі функції: ігри, гороскопи, анекдоти, відео, музика та ін.

Меню організоване за принципом Інтернет-магазину і передбачає можливість порівняння декількох страв, перш ніж натиснути на кнопку «замовлення». Зробивши вибір, відвідувач ресторану чи кафе підтверджує свій вибір і замовлення передається на кухню. Кухарі приступають до приготування страв. Не треба чекати офіціанта для оформлення замовлення, ніяких папірців та записок, ніяких непорозумінь.

Після того, як замовлення сформоване, гість може відправити його по бездротовій мережі на кухню ресторану.

За допомогою планшета iPad і електронного меню відвідувач, вибираючи собі потрібну страву, може уважно її розглянути, збільшивши ілюстрацію, вказати, скільки страв він хоче замовити - і навіть оплатити рахунок.

Електронне меню, як система автоматизації для ресторанів, кафе, барів, робить процес вибору страв максимально простим і зручним.

Переваги впровадження електронного меню:

- збільшення прибутку;
- відвідувачам простіше і зручніше зробити замовлення; як наслідок - збільшується кількість замовлених страв;
- підвищення якості обслуговування;
- зменшується час прийняття та обробки замовлення; як наслідок - підвищується лояльність клієнтів;
- підвищений інтерес до обслуговування;
- електронне меню приверне нових відвідувачів (особливо приваблює молодь), яким цікаво все нове;
- зручність оновлення асортименту і цін. Для внесення змін в меню не треба нічого заново друкувати, досить пари кліків.

Додаткові можливості електронного меню:

- можливість залишити відгук про якість обслуговування, виклику офіціанта до столика, повний аналіз і статистика страв, віддалений контроль за роботою, проведення рекламних акцій. Ресторатор в будь-який момент може переглянути оброблені замовлення, що і з чим, а також коли замовляли.

У сучасних ресторанах часто використовуються меню, прийняті в міжнародній практиці:

а-ля карт (a la carte)- із карти-меню страв і напоїв гості вибирають те, що їм більше до вподоби, після чого замовлення передається на кухню і відразу ж починається готування і сервірування замовлених страв і напоїв. Офіціант активно допомагає гостям їх вибирати;

а парт (а part) - гості роблять замовлення, обслуговування здійснюється в строго визначений час;

табльдот (Table a Note)- відрізняється від попереднього тим, що всі гості обслуговуються в один і той же час і по тому самому меню;

«шведський стіл» - гості самі вибирають із великого асортименту страв ті, котрі їм сподобалися;

буфетне обслуговування - засноване на самообслуговуванні. Асортимент страв і закусок поповнюється офіціантом або буфетником, який також виконує ряд інших функцій: відкриває пляшки з напоями, готує чай або каву, прибирає використаний посуд та столові набори.

Використана література:

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: Центр учбової літератури. Фірма «Інкос», 2007. - 280 с. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник.: [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.] ; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/21211>

3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.

4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.

5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк. – К. :ЦНЛ,2017.- 348 с

6. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покоłodна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.

7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання, 2017. – 358 с.
2. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навчальний посібник / В. В. Архіпов - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 280 с.
3. Богушева В.И. Бары и рестораны. Искусство обслуживания. [Сер. Учебники и учебные пособия]. / В. И. Богушева - Ростов- н/Д: Феникс, 2015. – 352 с.
4. Браймер Р. Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер. с англ./ Р. Браймер - М.: Аспект Пресс, 2017. - 325 с.
5. Зубар Н.М. Логістика в ресторанному господарстві: Навчальний посібник / Зубар Н.М., Григорак М.Ю. - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 312 с.
6. Власова Н.О. Економіка готельно-ресторанного господарства / Н.О. Власова. – Х. : Світ книги, 2016. – 389 с.
7. Малюк Л.П. Сервісологія та сервісна діяльність: Навчальний посібник / Л.П. Малюк, О.М. Варапаєв, А.В. Ціолковська. - Х.: ХДУХТ, 2015. - 211 с.
8. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) [текст] підручник / / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 304 с.
9. Менеджмент ресторанного господарства : навчальний посібник / за ред. Г.Т. П'ятницької. – К.: КНТЕУ, 2015. – 430 с.
10. Мунін Г.Б. та ін. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі / Г.Б. Мунін. – К. : Кондор, 2017. - 370 с.
11. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник / Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. - К.: Центр учбової літератури, 2015. - 344 с.
12. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник / За ред. Н.О. П'ятницької. - 2-ге вид. перероб. і допов. - К.: Центр учбової літератури, 2016. - 584 с.
13. Організація туризму: Підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Покоloodна та ін.; За ред І.М. Писаревського. - Х.: ХНАМГ, 2014. - 541 с.
14. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: Монографія / Г. Т П'ятницька. - К.: КНТЕУ, 2016. - 465 с.
15. Путенцейло П.Р. Економіка і організація туристично–готельного підприємництва / П.Р. Путенцейло. – К. : ЦНЛ, 2012. – 344 с.
16. Ресторанный и гостиничный сервис: основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих . С. Зигель, Л. Зигель. Москва., Центрполиграф, 2015. – 285 с.
17. Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Практикум / Розанова Т.П, Муртузалиева Т.В.. - М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2016. - 132

Додаткова

1. Громадське харчування. Терміни та визначення. ДСТУ 3862-99.- [Чинний від 1999-07-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 1999. – 20 с. – (Національний стандарт України).

2. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. ДСТУ 4281: 2004.- [Чинний від 2004-02-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 21 с. – (Національний стандарт України).

3. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері бізнесу / О.І.Черевко, Л.П. Малюк, Г.В. Дейниченко – Харків: “Фавор ЛТД”, 2003. – 440с.

4. Про затвердження правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства у редакції від 06.07.2018, z0674-18. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 632. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02> (дата звернення: 14.09.2019).

5. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення.[Чинний від 2003-12-01]. Вид. офіц. Київ:Держстандарт України, 2003. 26 с.

6. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація.[Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2004 18 с.

7. ГОСТ 30390-95 Громадське харчування. Кулінарна продукція, що реалізується населенню. Загальні технічні умови.[Чинний від 1998-07-01] (Інформація та документація).

5. Мостова Л.М., Новікова О.В., Ракленко І.М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник. Харків: Світ Книг, 2018. 657.

6. Новікова О.В., Радченко Л.О., Вінніченко К.П., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Чубар Л.І. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства: Навчальний посібник. Харків: Світ Книг, 2018. 411 с.

7. Павлюченко О.С., Гавриш А.В., Шаран Л.О. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2017. 227с.

8. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. Навч. пос. - К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2019. – 280 с.
https://tourlib.net/books_ukr/arhipov.htm

9. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник. – 2-ге видання. – К.: Ліра-К, 2011. – 388с.

10. НоReCa: навч. посіб.: у 3 т. – Т. 2. Ресторани / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. унт., 2017. 312 с.

11. Машир М.П., Пасюк А.П. Ресторанний сервіс та секрети гостинності: навч. посіб. Київ: Кондор-Видавництво, 2015. 392 с.

12. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: підручник для ВУЗів. Видання 2-ге перероб і доп./ за заг. ред. проф. Н.О. П'ятницької. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 557 с.

Наукові статті

13. Тишук І. В., Поліщук Л.М. Професійна етика у готельно-ресторанному бізнесі. Науковий журнал «Економічний форум». Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2018. № 4. С. 320–325. (Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, РІНЦ).

14. Тишук І.В., Поліщук Л.М., Колісник Б.І. Туристична інфраструктура Волинської області: основні тенденції розвитку. Науковий журнал «Економічний

форум». Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. № 5. С. 79–86. (Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, РІНЦ).

15. Тищук І.В., Поліщук Л.М. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. IV Міжнародна науково-практична конференція «Інтеграція бізнес-структур: стратегії та технології». Тбілісі. Грузія. 2020 С.71-76

16. Тищук І.В., Поліщук Л.М. Ресторанне господарство в Україні: особливості та перспективи розвитку. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ». Суми, 2020. С. 110–115.

Електронні ресурси

17. Український центр з питань сертифікації та захисту прав споживачів. – режим доступу: <http://www.162.com.ua/cert/equipment-technological-food>

18. Державна санітарно-епідеміологічна служба України. – режим доступу: <http://www.dsesu.gov.ua/>

19. Нормативно-директивні документи МОЗ України. – режим доступу: <http://mozdocs.kiev.ua/>

20. PR-технології в готельному бізнесі.- режим доступу: <http://uareferat.com/PR>

22. Різновиди сучасних PR технологій .- режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/market/4448-riznovidi-suchasnikh-prtekhnologij.html>

Навчально-методичне видання

Організація ресторанного господарства. Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» галузі знань 24 Сфери обслуговування спеціальності 242 Готельно-ресторанна справа денної та заочної форм навчання / укладачі: І.В.Тищук, Л.М. Поліщук – Луцьк : Луцький НТУ, 2020. – 78 с.

Комп'ютерний набір та верстка

І.Тищук

Редактор

І. Тищук

Підп. до друку. Формат 60х84/16. Папір офс. Гарн. Таймс
Ум. друк. арк. 6,25.Обл.-вид. арк. 5,0. Тираж прим. 100. Зам. 782

Інформаційно-видавничий відділ
Луцький національний технічний університет
Луцьк, 43018, вул. Львівська, 75.
Друк – РВВ Луцький НТУ