

18+

Ирина Самулевич
*Организация обслуживания
и продаж в ресторане*

Учебник



Ирина Самулевич

**Организация обслуживания
и продаж в ресторане. Учебник**

«Издательские решения»

Самулевич И.

Организация обслуживания и продаж в ресторане. Учебник /
И. Самулевич — «Издательские решения»,

Учебник составлен в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности «Поварское и кондитерское дело» (ТОП-50) и профессии «Официант. Бармен». Учебное издание предназначено для изучения дисциплины «Организация обслуживания в предприятиях общественного питания». Учебник предназначен для студентов среднего профессионального образования и может быть полезен практикующим работникам.

Содержание

Вниманию руководителей и преподавателей учебных заведений	6
Размещение текста этой книги на сайтах своих учебных учреждений лишь с письменного согласия автора	
Глава1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ	7
1.1Гость	7
1.2. Особенности предприятий индустрии питания, их функции и основные направления деятельности	8
1.3. Классификация и характеристика предприятий питания	10
1.4. Деление предприятий общественного питания на категории. Понятие среднего чека	14
1.5. Особенности деятельности заготовочных, доготовочных предприятий и предприятий с полным циклом производства	16
1.6. Размещение предприятий общественного питания и их специализация	17
1.7. Предприятия быстрого обслуживания	18
1.8. Услуги предприятий общественного питания	19
Глава2. СОСТАВ И ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОМЕЩЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	20
2.1. Производственная инфраструктура и ее характеристики, принципы создания инфраструктуры	20
2.2. Состав и взаимосвязь помещений предприятия	22
2.3Принципы безопасности предприятия	24
Глава 3. ТОРГОВЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ, ИХ ОБОРУДОВАНИЕ	25
3.1Виды торговых помещений	25
3.3. Кассовая система ресторана	30
3.2. Оборудование и мебель торговых залов	35
3.4Буфеты	37
3.5Организация работы бара ресторана	38
Глава4.ПЕРСОНАЛ ТОРГОВОЙ ЗОНЫ РЕСТОРАНА	43
4.1Метродотель обязанности	43
Конец ознакомительного фрагмента.	45

Организация обслуживания и продаж в ресторане Учебник

Ирина Самулевич

© Ирина Самулевич, 2026

ISBN 978-5-0069-8378-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

**Вниманию руководителей и преподавателей
учебных заведений Размещение текста этой
книги на сайтах своих учебных учреждений
лишь с письменного согласия автора**

Глава 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ

1.1 Гость

В разных отраслях экономики, клиентов, получающих услуги от предприятий этих сфер, называют по — разному. В медицине это пациент, в учебном заведении это учащийся или студент, клиентов, получающих услуги связи, называют абонентами и т. д.

Есть свое название и в сфере общественного питания. Этого человека зовут ГОСТЬ. Именно ради Гостя работают все без исключения сотрудники ресторанов, кафе и столовых. Абсолютно все, начиная от владельца и заканчивая посудомойщицей. Как радушные хозяева персонал предприятия должен встречать гостя, обслуживать гостя, выполнять его пожелания, и провожать гостя с надеждой на скорую дальнейшую встречу.

Ибо нет в индустрии гостеприимства начальника выше гостя. Именно Гость оплачивает труд работников предприятия и поэтому все его сотрудники, включая директора, должны работать на него, любая работа в предприятии имеет смысл, только в том случае, если она помогает привлечь и удержать гостей. И из этого правила нет исключений! Ведь именно деньги гостей идут на выплату зарплат, премий, налогов, и покрывает прочие издержки предприятия.

Ресторан — это своего рода страна со своей историей, традициями, а также правилами и законами. Нет, всё же не страна, правильнее будет сказать Архипелаг. Ресторанный архипелаг, включающий в себя множество островов — ресторанов, больших и поменьше, очень дорогих и попроще. Но все они служат Гостю. И все они борются за внимание и любовь Гостя, что бы он любил именно этот остров и чаще посещал его. Правила и законы этого архипелага — это залог успешного существования, поэтому их необходимо соблюдать. Наиглавнейшая задача всего персонала — создать для Гостей особую атмосферу уюта, спокойствия и безопасности. Ведь вся работа всего персонала делается во имя Гостя.

Каждый человек, переступивший порог ресторана — это его желанный Гость. В работе персонала (даже во внутренних переговорах), не рекомендуется использовать слова «клиент», «посетитель» и других определений. Весь персонал использует понятие Гость и Гостеприимство.

Необходимо стараться найти правильный подход к каждому Гостю, чтобы он с радостью возвращался в ресторан снова и снова. Наука эта под названием гостеприимство достаточно сложна, многое нужно знать и уметь, что бы ресторан был успешным.

Каждый студент обучающийся на специальностях, связанных с системой внедомашнего питания с 1-го курса, должен знать, что вся его дальнейшая работа будет направлена на Гостя.

1.2. Особенности предприятий индустрии питания, их функции и основные направления деятельности

Предприятия по своей сфере деятельности условно можно поделить на:

- производственные, то есть производящие собственную продукцию;
- торговые — которые сами не производят товары, а торгуют товарами, произведенными промышленными предприятиями;
- и предприятия сферы услуг. К какому же виду предприятий относятся предприятия внедомашнего питания.

Традиционно предприятия общественного питания относят к торговле. Но это не совсем верно, ведь предприятия общественного питания сочетают в себе и производство, и торговлю и услуги. Вот, например, закупило предприятие оптом такие товары как куры, огурцы соленные, картофель, майонез. Предприятие не стало их перепродавать в том виде, как они поступили на склад предприятия, как это делает розничная торговля. Из этого сырья был произведен новый товар — «салат столичный», и реализует предприятие, то есть продает уже этот новый товар. Опять — таки, не просто продает его как в магазине «кулинария», а покупатель может, скушать его на месте. Для этого у предприятия есть обеденный зал со столами, стульями и столовыми приборами. И даже посуду за тобой помогут! А в ресторане в дополнении к этому еще есть и музыка и площадка для танцев, а порой, и какая- то развлекательная программа.

Таким образом, если в других отраслях экономики предприятия выполняют лишь одну, изредка две функции, например, предприятия пищевой промышленности, производя пищевые продукты осуществляют функцию производства, а предприятия торговли реализуют продукцию, произведенную промышленными предприятиями, то предприятия общественного питания сочетают в себе все эти функции. Кроме того предприятия внедомашнего питания оказывают услуги по организации потребления.

Указанные функции, в предприятиях общественного питания, не просто механически соединены между собой, и не только взаимосвязаны, но и образуют устойчивую целостность.

Сочетание в одном предприятии производственных, торговых функций и функции оказания услуг значительно усложняет работу.

Другой, пожалуй, важнейшей особенностью предприятий общественного питания является кратковременность сроков хранения и реализации продукции. Сырье, полуфабрикаты и готовая продукция предприятий общественного питания являются в большинстве своем скоропортящимися и не выдерживают длительного хранения. Даже при непродолжительном хранении готовые блюда теряют свои вкусовые качества и питательные свойства, а также ухудшается их внешний вид. Все это заставляет максимально сокращать сроки хранения и обработки сырья, готовить пищу в небольших количествах с учетом спроса и обеспечивать ее реализацию в короткий срок.

Учитывая указанные особенности пищевых продуктов и готовых блюд, необходимо строго соблюдать санитарно-гигиенические требования при хранении и переработке сырья и реализации готовой продукции и осуществлять контроль над качеством блюд.

Серьезные трудности в работе производства вызываются большим разнообразием перерабатываемого сырья, широким ассортиментом выпускаемой продукции.

Существуют еще несколько характерных особенностей общественного питания.

В предприятиях общественного питания собирается достаточно большое количество наличных денежных средств, в связи с этим возникает необходимость организации строгого контроля соблюдения действующих норм и правил оборота наличных денег, а также сохранности денежных средств. Кроме того, храниться большое количество других материальных цен-

ностей. Для их сохранности на предприятиях действует личная материальная ответственность работников за сохранность товарно-материальных ценностей.

Особенность предприятий общественного питания состоит так же в том, что они довольно тесно переплетаются с другими сферами деятельности. Например, предприятия общественного питания являются неотъемлемой частью туристического и гостиничного бизнеса.

Доходы предприятий общепита подвержены сезонным колебаниям в зависимости от времени года, дней недели, и даже времени суток, например, активизация посещений ресторана в новогодние праздники. В столовых существуют так называемые часы пик, то есть часы наибольшего притока посетителей. То есть существенной особенностью предприятий общественного питания, которую необходимо учитывать при организации производства и обслуживания, является неравномерность их нагрузки. Это требует тщательного учета всех возможностей производства, необходимости разделения и кооперации труда, подбора и расстановки кадров, правильного использования каждого работника в соответствии с его способностями и квалификацией. В часы максимальной нагрузки производство должно работать особенно интенсивно для того, чтобы обеспечить бесперебойный выпуск продукции.

Цена и ассортимент товаров, который реализует предприятие, находятся в значительной зависимости от характера спроса, от особенностей социально-экономического состава обслуживаемого населения. Важным фактором, который следует учитывать в работе, является то, что предприятия общественного питания обслуживают людей различного возраста, состояния здоровья, характера деятельности, материального достатка. Для лучшего удовлетворения спроса потребителей необходимо постоянно изучать их вкусы и запросы, изыскивать наиболее удобные формы обслуживания.

Учёт всех особенностей работы предприятий общественного питания позволяет более рационально управлять ими, организовывать производство, увеличить выпуск продукции, улучшить ее качество, а соответственно и получать положительный результат хозяйственно — экономической деятельности.

Исходя из отличительной особенности предприятий общественного питания, оно делится на такие подразделения как производственное и торговое.

1.3. Классификация и характеристика предприятий питания

В зависимости от характера торгово-производственной деятельности, мощности, ассортимента выпускаемой продукции и применяемых форм обслуживания потребителей предприятия общественного питания подразделяются на различные типы. По производственному признаку предприятия можно подразделить на следующие основные группы: заготовочные, доготовочные и имеющие законченный цикл производства.

В заготовочных предприятиях производится переработка сырья и выпуск полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий. Доготовочные предприятия основную массу блюд приготавливают из полученных от заготовочных предприятий или предприятий пищевой промышленности полуфабрикатов, и организует непосредственное обслуживание посетителей.

Предприятия, имеющие законченный цикл производства, самостоятельно обрабатывают сырье, приготавливают обеденную продукцию, полуфабрикаты и кулинарные изделия, которые они сами же непосредственно и реализуют.

Кроме того предприятия общественного питания можно классифицировать по характеру деятельности, по набору тех или иных блюд, кулинарных изделий, изготавливаемых на предприятии, а также по набору тех, или иных услуг, предоставляемых потребителям.

В зависимости от ассортимента перерабатываемого сырья, и вида выпускаемой продукции, предприятия общественного питания могут быть универсальными, специализированными, узкоспециализированными.

В зависимости от места функционирования предприятия индустрии питания могут быть и передвижными. Например, вагоны-рестораны, рестораны на теплоходах. Бывают предприятия, открытые на время: сезонные, например в местах летнего отдыха, и бывают постоянно действующие.

Предприятия общественного питания можно классифицировать на следующие типы: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, магазин кулинарии.

Ресторан — предприятие, в котором обслуживание посетителей сочетается с организацией их культурного отдыха и развлечений. В ресторанах посетителям предлагается широкий ассортимент оригинальных, заказных и фирменных блюд, собственного производства, мучных кондитерских изделий, блюда национальных (этнических) кухонь с учетом концепции и специализации предприятия. Посетителям представлен так же широкий выбор алкогольных и безалкогольных напитков. В качестве сопутствующих товаров в ресторанах продают табачные изделия, фирменные сувениры, печатную продукцию. Большинство блюд в ресторанах готовят по индивидуальному заказу посетителей (порционные блюда). В меню ресторанов много фирменных блюд. Высокие требования в ресторанах предъявляются к оформлению блюд. Для обслуживания может применяться фарфоровая, хрустальная и мельхиоровая посуда. Столы сервируются до прихода посетителей. Обязательным условием в ресторанах является наличие на столах скатертей. Торговые залы ресторанов обычно красиво оформлены, оснащены удобной мягкой мебелью, располагающей к отдыху. Для развлечения посетителей организуют эстрадные выступления, танцы, варьете. В рестораны люди приходят не столько ради того, чтобы вкусно поесть, сколько с целью приятно провести время. Обслуживают посетителей в основном официанты. Многие рестораны организуют обслуживание банкетов, праздничных, новогодних вечеров, семейных торжеств, свадеб. Как правило, рестораны предоставляют посетителям обеды и ужины, но рестораны при гостиницах, которые обслуживают организованные группы туристов, участников семинаров и т. п. - полный рацион питания. Полный рацион питания предоставляют и рестораны при аэропортах, которые работают обычно круглосуточно.

Ввиду особенностей работы ресторанов в этих предприятиях обычно более высокие расходы, по сравнению с другими предприятиями.

Размещают рестораны, как правило, на многолюдных улицах, а также при гостиницах, аэропортах, крупных парках. В ресторанах кроме обеденных залов для посетителей обязательно должны быть: вестибюль, гардероб, туалетные комнаты.

Кроме традиционных, классических ресторанов, существуют еще так называемые концептуальные рестораны. Такие предприятия отличаются стилевым единством оформления зала, мебели, сервировки столов, меню и кухни. Кухня так же отвечает выбранной концепции.

Концептуальные рестораны делятся на тематические и национальные (этнические). Например, национальные рестораны специализируются на выпуске национальных блюд, соответствующим образом оформлены их залы, официанты в национальных костюмах. У концептуального ресторана есть своя легенда, которая порой привлекает посетителей сильнее кухни. Как правило, все рестораны имеют название, чаще всего уникальное для данного города.

Кафе предназначено в первую очередь для предоставления посетителям горячих напитков (кофе, чай, шоколад), кондитерских изделий. В кафе могут реализовываться так же холодные закуски и горячие вторые блюда не сложного изготовления. Кафе предлагает покупателям более ограниченный по сравнению с рестораном ассортимент блюд, десертов собственного производства, в том числе фирменные, национальные, с учетом специализации предприятия. Кроме того, в кафе реализуется мороженое, коктейли. А также не широкий выбор алкогольных (в основном это шампанское и коньяк) и безалкогольных напитков. В качестве сопутствующих товаров: табачные изделия, фирменные сувениры, печатная продукция. Существуют кафе с обслуживанием официантами и без, в зависимости от ценовой политики предприятия. Многие кафе специализируются на выпуске какого — либо определенного ассортимента продукции. Например, кафе-кондитерская, кафе-мороженое. В кафе создаются необходимые условия для отдыха посетителей- уютное убранство залов, удобная мебель. Встречаются молодежные кафе, которые являются своеобразными клубами молодежи. Кафе так же стараются размещать на оживленных улицах, местах отдыха — парках, стадионах. Многие кафе специализируются на предоставлении, какого- то определенного ассортимента продукции. К специализированным относятся: кафе-кондитерская, кафе-мороженое. Как и рестораны кафе имеют название. Как и рестораны, кафе обязательно должны иметь вестибюль, гардероб, туалетные комнаты для посетителей. Как рестораны, так и кафе должны иметь световую вывеску.

Бар — предприятие, оборудованное стойкой, реализующее смешанные напитки, коктейли, собственного производства, небольшой ассортимент закусок, десерты, в том числе фирменные. Бар предлагает широкий выбор алкогольных и безалкогольных напитков (для неспециализированных баров).

Предлагаются так же сопутствующие товары: табачные изделия, фирменные сувениры, печатная продукция. Отличительная особенность бара -наличие барной стойки высотой 1,2 метра и табуреты с вращающимися сиденьями высотой 0,8 метра. Некоторые бары кроме табуретов имеют в зале и обычные столики. Требования к посуде в баре такие же, как в ресторанах.

Столовая, реализует в основном обеденную продукцию — холодные закуски, первые, вторые горячие блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки, с учетом специфики обслуживаемых контингентов питающихся и рационов питания. Столовые могут быть, как общедоступные, так и обслуживающие определенный контингент потребителей, например, при больницах или санаториях. Предлагаемый ассортимент, может быть, со свободным выбором блюд или скомплектованные рационы питания.

Столовые при предприятиях, учреждениях офисных комплексах, учебных заведениях обслуживают постоянный контингент питающихся, что позволяет более точно изучить спрос на продукцию. А с другой стороны, налагает ответственность по ежедневной смене предлагаемых блюд. Режим работы таких столовых согласуется с администрацией основного предпри-

ятия, учреждения, учебного заведения. В таких столовых важно обеспечить четкое и быстрое обслуживание. С этой целью в них применяется отпуск комплексных обедов, организуется питание по абонеентам.

Закусочные — это распространенный тип предприятий общественного питания, предназначенный для быстрого обслуживания населения. Предлагают они ограниченный ассортимент блюд, изделий, несложного изготовления. К таким относят пельменные, блинные, пирожковые, бутербродные, гамбургерные. Некоторые закусочные так же могут предлагать и небольшой выбор алкогольных напитков. Последний ГОСТ выделяет «Предприятие быстрого обслуживания», указывая, что в них предлагается «Узкий ассортимент блюд и кулинарных изделий несложного изготовления из различных полуфабрикатов высокой степени готовности промышленного изготовления и (или) из полуфабрикатов высокой степени готовности определенного вида (мясные, рыбные, из птицы и т.п.)».

Хотя по сути своей всевозможные предприятия по типу Макдональдс, сейчас это «Вкусно и точка» и прочие — это те же закусочные, похожие большей частью на бутербродные. Там не предлагают лишь алкогольные напитки, хотя пиво есть в некоторых из них.

Буфет — мелкое предприятие общественного питания, реализующее ограниченный ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, из полуфабрикатов и готовых изделий промышленного приготовления, покупные товары (шоколад, напитки).

Буфеты организуют по месту работы и отдыха, при учреждениях, в учебных заведениях, в театрах и т. д. Большая сеть буфетов имеется при вокзалах, пристанях, аэропортах. Как правило, буфеты не имеют собственного производства. Блюда и закуски они получают от столовой или ресторана, от которого они открыты.

Магазин кулинарии и полуфабрикатов, предназначен для продажи готовых кулинарных, мучных кондитерских изделий и полуфабрикатов разнообразного ассортимента, которые выпускаются предприятиями общественного питания. Как правило, это предприятия, предназначенные для отпуска кулинарных изделий и полуфабрикатов на дом, и не имеют своего обеденного зала. В ассортименте магазина кулинарии могут иметься и сопутствующие товары промышленного изготовления: закусочные консервы, сливочное масло, майонез, джем, соки, консервированные фрукты.

Как любая отрасль экономики, работа предприятий общественного питания регламентируется нормативными документами.

С 1 января 2016 года введен в действие стандарт «ГОСТ 30389—2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» (Приказ Росстандарта от 22.11.2013 №1676-ст).

Стандарт устанавливает классификацию предприятий общественного питания по следующим типам: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, магазин кулинарии. При определении типа предприятия общественного питания учитывают следующие факторы:

- ассортимент реализуемой кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их разнообразие и сложность изготовления;
- техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочные решения и т.д.);
- методы и формы обслуживания;
- время обслуживания потребителей (время ожидания, предоставления и потребления услуги);
- профессиональную подготовку и уровень квалификации персонала;
- условия обслуживания (комфортность зала, мебели, этику персонала, эстетику оформления, интерьер и т.д.).

В названном стандарте приведены основные классификационные признаки ресторанов, кафе, баров, столовых, предприятий быстрого обслуживания, закусочных, кафетериев, буфетов, магазинов кулинарии. Указан так же ассортиментный перечень продукции общественного питания, напитков и сопутствующих товаров, который необходимо иметь предприятию того или иного типа.

В стандарте даны минимальные требования к предприятиям общественного питания различных типов:

- перечень минимальных требований к техническому оборудованию и оснащению (вентиляция, водоснабжение, услуги Интернета, и т.д.)
- требования к санитарным объектам общего пользования,
- требования к зданиям, в которых располагаются заведения (наличие вывески, наличие отдельного от служебного входа для персонала, входа для гостей)
- требования к помещениям для посетителей (например, наличие вестибюля, гардероба, комнаты детских игр, и т.п.)

1.4. Деление предприятий общественного питания на категории. Понятие среднего чека

В советские времена уровень наценки предприятия устанавливался, исходя из наценочной категории, которая присваивалась предприятию Министерством республик. Самая высокая наценка была в ресторанах класса люкс самая низкая в заводских столовых, школах и других учебных заведениях. В настоящее время предприятиям никто не устанавливает наценочную категорию. Но, тем не менее, понятно, что цены в ресторане, где гостей обслуживают официанты, столы накрыты скатертями, используется дорогая посуда и гостям предоставляется культурно-развлекательная программа, будут выше, чем в корпоративной столовой, работающей по методу самообслуживания.

В настоящее время в системе предприятий питания, для оценки уровня заведения, прижился новый термин так называемый «средний чек». Узнав сумму среднего чека, потенциальный покупатель тут же понимает, что собой представляет заведение, дорогое оно или не очень. По «среднему чеку» можно определить и аудиторию заведения, например по финансовому показателю.

Определяется средний чек достаточно легко, простым математическим подсчетом, сумма всех совершенных покупателями покупок за определенный период времени, деленная на количество чеков за тот же период.

Если, читая какой-либо сайт, либо журнал можно увидеть информацию, что средний чек такого-то ресторана составляет, например, 700 руб. это будет означать, что стоимость среднего набора блюд, который входит в некий заказ одного посетителя, составит указанную сумму. Иными словами, это тот уровень цен, по которому это заведение будут сравнивать с другими предприятиями общественного питания.

Указанный выше подсчет величины среднего чека действует в отношении уже работающих предприятий, имеющих какую-то статистику продаж.

Но как, же подсчитать средний чек, если предприятие только готовится к открытию. То есть это уже планирование предстоящей деятельности. Но для подсчета величины среднего чека необходимо, что бы для нового заведения было составлено меню и произведена калькуляция стоимости блюд.

Берем один набор блюд — салат и горячее. Такой набор чаще всего приобретают выбирают в предприятиях с демократическими ценами. Возьмем для начала блюда по самым низким ценам, пусть это будет салат капустный по 100 рублей, горячие котлета из молотого куриного мяса стоимостью 300 рублей. При сложении получается сумма 400 рублей. Далее берем блюда самые дорогие. На этот раз, предположим салат цезарь стоимостью 250 рублей, а на горячее стейк из семги по цене 750 рублей. Опять находим сумму стоимости двух блюд, это 1000 рублей. Далее находим средний чек. Для этого стоимость блюд по самым низким ценам складываем со стоимостью наборы из блюд дорогих. $400 + 1000 = 1400$. Получившуюся сумму делим на 2, так как было два набора. $1400 / 2 = 700$. Таким образом, получена величина среднего чека.

Отношения потребителей и исполнителей в сфере общественного питания регулируются Постановлением Правительства РФ от 21 сентября 2020г. №1515 «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания», которое в свою очередь разработано в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей».

Под потребителем понимается физическое лицо, имеющее намерение заказать или заказывающее, использующее услуги общественного питания исключительно для личных, домашних нужд, не связанные с извлечением прибыли и предпринимательской деятельностью.

Под исполнителем понимается организация независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, оказывающий услуги общественного питания на возмездной, то есть платной основе.

Набор услуг общественного питания определяются исполнителем, то есть предприятием с учетом его типа. Предприятия, реализующие алкогольную продукцию и табачные изделия, обязаны так же иметь лицензию на этот вид деятельности.

Предприятия общественного питания обязаны соблюдать требования, установленные в Госстандарте, санитарных и противопожарных правилах, и других нормативных актах, к качеству и безопасности услуг для жизни и здоровья людей и окружающей среды.

1.5. Особенности деятельности заготовочных, доготовочных предприятий и предприятий с полным циклом производства

По производственному признаку предприятия можно подразделить на следующие основные группы: заготовочные, доготовочные и предприятия с полным циклом производства.

В заготовочных предприятиях производится переработка сырья и выпуск полуфабрикатов, кулинарных изделий. К заготовочным предприятиям, не организующим непосредственного обслуживания потребителей, относятся фабрики — заготовочные, специализированные заготовочные цехи, специализированные кулинарные и кондитерские цехи.

Доготовочные предприятия основную массу блюд приготавливают из полученных от заготовочных предприятий и от предприятий пищевой промышленности полуфабрикатов и организуют непосредственное обслуживание потребителей. К этой группе относятся рестораны, столовые, кафе, закусочные, вагоны — рестораны.

Предприятия, имеющие законченный цикл производства, самостоятельно обрабатывают сырье, приготавливают обеденную продукцию, полуфабрикаты и кулинарные изделия, которые они реализуют населению.

В настоящее время основная масса ресторанов являются по сути доготовочными. Только вместо заготовочного мясного цеха, разделывающего туши сельскохозяйственных животных, они сразу покупают в торговой сети те мясные полуфабрикаты, которые используются на их предприятии. Но любой бизнес стремится к расширению, это закон бизнеса. И при возрастании количества ресторанов у одного предприятия рано или поздно встаёт вопрос о создании заготовочных цехов. Ведь работа с заготовочными цехами гораздо рентабельнее, нежели без них.

1.6. Размещение предприятий общественного питания и их специализация

Для эффективной деятельности предприятий необходимо их рациональное размещение, правильный выбор их типа, мощности и продуманной специализации. Размещая предприятия, выбирая для данного района города, наиболее целесообразные типы предприятий, следует учитывать ряд факторов, важнейшими из которых являются, численность населения и его преимущественный состав (рабочие, служащие, учащиеся и т.п.), характер района (зона отдыха, жилой массив), наличие в данном районе магазинов, перспективы развития района, покупательскую способность населения и спрос на продукцию общественного питания.

При планировании открытия новых предприятий общественного питания любой организационно-правовой формы необходимо учитывать все факторы рационального размещения предприятий, чтобы в дальнейшем предприятие эффективно работало, пользовалось спросом и стало рентабельным.

Так в районах, где сосредоточены промышленные предприятия, офисные здания основными типами предприятий должны быть столовые. Кроме столовых, в таких районах целесообразно размещать закусочные, магазины кулинарии. В районах, где располагаются учебные заведения, студенческие общежития, так же целесообразнее всего размещать столовые, кроме того, небольшие кафе.

В городских центрах, на оживленных магистралях, где имеются крупные торговые центры, зрелищные предприятия, привлекающие большое количество людей, следует располагать различные типы предприятий общественного питания. Для размещения предприятий важно рассматривать не только район города, немаловажное значение имеет организация пешеходной и транспортной систем: там, где пересекаются большие потоки, будут востребованы крупные рестораны, бары, кафе, закусочные, столовые. В зонах отдыха так же наиболее востребованными будут рестораны и кафе. В жилых районах с общей численностью населения 30—40 тысяч человек размещают небольшие рестораны, кафе, закусочные. Их хорошо расположить в торговом центре, который организуется обычно в центре жилого массива. В жилых микрорайонах на 6—10 тысяч жителей нецелесообразно размещать крупные предприятия общественного питания, но здесь могут пользоваться спросом магазины кулинарии, и при отсутствии конкурентов небольшое кафе. Выбирая место и здание для будущего, не забудьте о возможности организации парковки для автомашин.

1.7. Предприятия быстрого обслуживания

Современный рынок общественного питания представлен многочисленными предприятиями быстрого обслуживания. Как правило, это не единичные самостоятельные предприятия, а многочисленные точки, объединенные в единую торговую сеть, имеющие единый координационный центр, единую систему управления. Такие предприятия рассчитаны на потребность утолить голод занятых и спешащих людей.

Быстроту обслуживания и не высокие цены позволяют обеспечить самообслуживание, отпуск изделий на одноразовой посуде, тем самым снижая издержки, на износ и бой посуды, а также мойку посуды. В народе такой тип обслуживания в шутку называют «селедка на газетке».

Конечно, отпуск на одноразовой посуде имеет свои особенности, так как таким образом можно отпустить достаточно небольшой тип блюд, даже скорее не блюд, а именно изделий.

Как правило указанные предприятия реализуют узкий ассортимент, изделий, напитков несложного изготовления, которые приготавливаются из полуфабрикатов высокой степени готовности, что позволяет обеспечить минимальные затраты времени на обслуживание потребителей.

Все предприятия быстрого обслуживания можно разделить на три типа, работающих по одной из технологических схем:

- «доготовка — комплектация — отпуск»;
- «хранение — разогрев — комплектация — отпуск»;
- «хранение — разогрев — отпуск».

Так же предприятия быстрого обслуживания можно объединить по ассортименту реализуемой продукции — неспециализированные и специализированные. Всевозможные пиццерии, блинные, пирожковые, пончиковые, шашлычные и гамбургерные и так далее.

Такая технология обслуживания позволяет обеспечить высокую оборачиваемость посадочных мест каждой отдельной торговой точки. И соответственно привлечь большое количество посетителей.

В данном сегменте рынка внедомашнего питания в нашей стране на сегодняшний день представлены в основном отечественные операторы рынка быстрого питания.

Когда-то довольно-таки известная сеть быстрого питания американская корпорация McDonald's объявила об окончательном уходе с российского рынка отработав на нём более чем 30 лет, но уже через месяц эти же рестораны с тем же перечнем блюд открылись под уже новым названием «Вкусно — и точка!».

Началось всё как раз с этого всем известного Макдоналдса (McDonald's) на Пушкинской площади в Москве в декабре 1990 года. Кстати, именно эта корпорация впервые в мире сформулировала принципы концепции «быстрого питания». Энергичная поступь этого оператора по стране подтолкнула к развитию отечественные сети, которые сделали акцент на национальной кухне. «Теремок», «Русское бистро», «Крошка-картошка» противопоставили всевозможным сэндвичам, картофелю фри, гамбургерам и хот-догам русские блины, печеную картошку и пироги.

На данный момент Макдоналдс (McDonald's) ушел с рынка нашей страны, появилась другая сеть «ВКУСНО и ТОЧКА» но метод быстрого обслуживания остался.

Но при всей рентабельности указанных заведений из-за применения одноразовой посуды, будущее их в нашей стране неопределенно. При все возрастающем их количестве возникает проблема утилизации той самой одноразовой посуды. А технология утилизации мусора в нашей стране пока одна — сжигание. При этом методе в атмосферу попадает много токсичных вредных веществ.

1.8. Услуги предприятий общественного питания

Кроме организации потребления обеденной продукции предприятия общественного питания могут предоставлять услуги по организации и проведению торжественных вечеров, групповое обслуживание. Услуги по парковке автомашин посетителей, вызов такси. Услуги по предоставлению няни, воспитателя. Во многих современных ресторанах имеется детская комната, где могут играть дети, пока родители отдыхают. А что бы дети не были предоставлены сами себе, за ними присматривает специально поставленный сотрудник воспитатель, няня. Эти денежные вложения достаточно оправданы, так как основной сдерживающий фактор для молодых пар при отказе в посещении ресторана, это тот фактор, что не с кем оставить детей. Таким образом предприятия так же привлекают дополнительных посетителей.

Надо заметить такая услуга, как предоставление няни, вызов такси, бронирование столиков, парковка являются для посетителей бесплатными. Предприятия при гостиницах организуют доставку еды в номера гостей.

Многие предприятия, в состав которых входит кондитерский цех предоставляют услуги по изготовлению кондитерских изделий (например тортов) по индивидуальным заказам. Ну и практически каждое предприятие организует такую услугу, как доставка продукции собственного производства на дом. Для этого они содержат специальный автотранспорт, на бортах которого обычно размещена реклама заведения. Практически все рестораны предоставляют такую услугу, как бронирование столиков на определенный день и час. Предоставляют услуги музыкального обслуживания, организации развлекательной программы, программ варьете. Некоторые из предприятий предоставляют своим посетителям возможность сыграть в настольные игры, в бильярд.

Некоторые из предприятий организуют так называемые мастер классы, то есть организуют обучение кулинарному мастерству.

Конечно же, набор услуг зависит от типа и класса заведения. Так рестораны, тем более премиум класса предоставляют почти все перечисленные виды услуг. Столовые же услуги по организации досуга и развлекательных средств не предоставляют, ограничиваются лишь организацией реализации продукции.

Глава 2. СОСТАВ И ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОМЕЩЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1. Производственная инфраструктура и ее характеристики, принципы создания инфраструктуры

Производственная структура предприятия — это комплекс производственных единиц предприятия (цехов, отделов, участков), которые входят в его состав, а также формы связей между ними.

Производственная структура зависит от вида выпускаемой продукции и её перечня, от особенностей технологических процессов. Причем именно особенности технологических процессов являются важнейшим фактором, определяющим производственную структуру предприятия.

На основе производственной структуры разрабатывается весь общий план предприятия, т.е. пространственное расположение всех цехов и служб, а также коммуникаций.

Главными элементами производственной структуры предприятия являются рабочие места, участки и цехи.

Цех — это основная структурная производственная единица предприятия, административно обособленная и специализирующаяся на выпуске определенных изделий либо на выполнении технологически однородных работ. Цехи могут делиться на участки, представляющие собой объединенную по определенным признакам группу рабочих мест.

Участок — производственное подразделение, объединяющее ряд рабочих мест, сгруппированных по определенным признакам, осуществляющее часть общего производственного процесса по изготовлению продукции или обслуживанию процесса производства.

Рабочим местом называется неделимое в организационном отношении звено производственного процесса, обслуживаемое одним или несколькими работниками, предназначенное для выполнения определенной производственной операции, оснащенное соответствующим оборудованием и организационно-техническими средствами.

При организации производства предприятия внедомашнего питания необходимо создать условия, которые обеспечат правильное ведение технологического процесса приготовления пищи.

Для этого в соответствии с технологическим процессом выпуска продукции на каждом предприятии организуются производственные подразделения, которые составляют его производственную инфраструктуру. Производственной инфраструктурой, говоря русскими словами, внутренним строением, предприятия называют состав его производственных частей (участников, отделений, цехов, производств), формы их размещения, производственных связей. Части предприятия обычно принято именовать подразделениями

При формировании инфраструктуры необходимо учитывать санитарные требования, а именно:

- производственные помещения должны размещаться по ходу технологического процесса, чтобы исключить встречные потоки поступающего сырья, полуфабрикатов и готовой продукции;

- обеспечение непрерывности производства и последовательности технологических процессов;

- правильное размещение оборудования;

— все рабочие места должны быть снабжены необходимыми инвентарем, инструментами;

— создать такие условия труда, которые не понижают производительности труда.

Технологический процесс в предприятиях общественного питания составляет комплекс взаимосвязанных технологических операций.

Структурное подразделение представляет собой выделенный орган управления определенным участком деятельности предприятия (производства, обслуживания, пр.) с самостоятельными задачами, функциями и ответственностью за их выполнение.

Подразделение может быть как обособленным, так и не обладающим полными признаками организации, то есть внутренним.

Производственным подразделениям наименования присваиваются чаще всего по виду выпускаемой продукции, по характеру производства или услуг.

В предприятиях внедомашнего питания, по сути, два подразделения это: производственное и торговое. В производственном подразделении всё нацелено на производство продукции, для это существуют свои помещения и свой персонал. Торговое подразделение имеет задачу реализовать то, что изготавливает производственное и для выполнения этой задачи у подразделения свои помещения и отдельный персонал.

2.2. Состав и взаимосвязь помещений предприятия

Состав и планировка помещений предприятий общественного питания зависит от типа предприятия, его производственной мощности (количества посадочных мест в зале и возможностью выпустить определенное количество блюд), характера производственной деятельности (работает предприятие на сырье или на полуфабрикатах) и применяемой формой обслуживания.

Помещения предприятий, работающих на сырье, по их назначению можно подразделить на следующие семь групп: торговые, производственные, складские, вспомогательные, административно-бытовые, технические, подсобные.

К торговым помещениям относятся обеденные залы, буфет, помещения для отпуска обедов на дом, кулинарные магазины, сервизная, моечные столовой посуды, вестибюль, гардероб для посетителей. В ресторанах в эту группу также входят аванзалы (залы кратковременного ожидания), бары, коктейль-холлы, а на предприятиях с самообслуживанием — буфеты и раздаточные. Стол заказов по доставке блюд на дом.

К производственным помещениям относятся: заготовочные цехи, (мясной, рыбный, овощной), доготовочные цехи (холодный и горячий), кондитерский цехи. К вспомогательным производственным относятся моечные кухонной посуды, хлеборезка, сервизная и другие.

В группу складских помещений входит охлаждаемые (холодильные камеры), предназначенные для скоропортящихся пищевых продуктов и неохлаждаемые (кладовые), в которых хранят овощи, сухие продукты, инвентарь, тару и белье. К этой группе относится и разгрузочная площадка. Помещения для приемки, хранения товаров также имеют большое значение для обеспечения бесперебойного торгово-технологического процесса в предприятиях общественного питания.

К административно — бытовым относят кабинет директора, бухгалтерия, комната приема пищи персонала, гардеробные для персонала, душевые и туалетные комнаты персонала.

К группе технических помещений относятся: машинное отделение холодильника, вентиляционные камеры, электрощитовая, котельная, бойлерная, и некоторые другие.

В состав подсобной группы входят различные отдельно расположенные постройки: помещения для хранения контейнеров и тары, упаковочных материалов, гараж, мусороприемники.

Подсобные помещения выполняют вспомогательную функцию в предприятиях общественного питания, но при этом создают оптимальные условия для его работы.

Крупные фабрики заготовочные, комбинаты полуфабрикатов и им подобные имеют большое количество производственных цехов, экспедицию, фасовочные помещения, лабораторию. Доготовочные имеют сокращенный состав помещений.

Но можно выделить два подразделения: это производство и торговый (обеденный) зал.

Работу производственного подразделения возглавляет и организует *заведующий производством* или, как его еще порой называют *шеф-повар*. Заведующий производством несет ответственность за организацию работы производства предприятия общественного питания, качество выпускаемой продукции, выполнение производственной программы. Ему подчиняются все работники производства, заготовочных цехов, доготовочных цехов, мойщицы кухонной посуды, уборщики производственных помещений, работники хлеборезки. В крупных предприятиях ответственность за деятельность каждого цеха может быть возложена на бригадиров (начальников цехов). Бригадир цехов, в свою очередь, подчиняется заведующему производством. Руководство бригадой возлагается на бригадира (начальника цеха), являющегося старшим по должности в бригаде. Он должен иметь соответствующее образование, достаточную квалификацию и опыт работы в общественном питании. Бригадир назначается приказом руководителя организации. При этом, с правовой точки зрения, согласия коллектива бригады

на это не требуется, однако на практике данное назначение принимается, как правило, с учетом мнения членов бригады.

2.3 Принципы безопасности предприятия

Предприятиям общественного питания в своей работе необходимо руководствоваться двумя критериями безопасности: безопасность потребления и финансовая. Действовать согласно безопасности потребления необходимо при организации производства продукции при ведении технологических процессов. Эти меры соблюдаются для того, чтобы продукция, производимая предприятиями внедомашнего питания, была безопасна для здоровья и жизни потребителей. Меры финансовой безопасности необходимы для предотвращения возможных злоупотреблений.

Дело в том, что в предприятиях общественного питания сосредоточено множество ценностей. На складе и на кухне хранятся сырьевые запасы. При реализации продукции через кассу проходят денежные средства. На всех этих этапах товарооборота возможны злоупотребления персонала своим служебным положением с целью присвоения товара или денег. Другими словами, необходимо исключить воровство.

Финансовая безопасность заключается в том, чтобы организовать хранение производство, реализацию и выстроить систему учета и контроля для предотвращения возможных злоупотреблений.

Для выполнения задачи по сохранению товарно-материальных ценностей при производстве продукции все закладки сырья в блюдо строго нормируются. Соответствующие нормы расхода сырья отражаются в нормативной документации.

Организация работы ресторана зависит от соблюдения этих двух принципов безопасности.

Глава 3. ТОРГОВЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ, ИХ ОБОРУДОВАНИЕ

3.1 Виды торговых помещений

К торговым помещениям ресторана относятся: вестибюли (включая гардероб), умывальные и туалетные комнаты, обеденные (торговые) залы, в том числе банкетные, аванзалы — залы ожидания, бары, коктейль — холлы.

Подсобными торговыми помещениями являются сервизные и моечные посуды, буфеты (так называемые внутренн

К торговым помещениям ресторана относятся: вестибюли (включая гардероб), умывальные и туалетные комнаты, обеденные (торговые) залы, в том числе банкетные, аванзалы — залы кратковременного ожидания, бары. Подсобными торговыми помещениями являются сервизные и моечные посуды, буфеты (так называемые внутренние).

Площадь указанных помещений определяют путём умножения числа посадочных мест в торговом зале на нормативную площадь одного места, указанную в таблице

Расчет площади торговых помещений	
Наименование помещений	Нормативная площадь одного места, м ²
Торговый зал ресторана	1,6–1,8
Торговый зал кафе	1,55–1,64
Торговый зал закусочной	1,65–1,84
Торговый зал столовой	1,8–1,9
Площадь танцевальной площадки и эстрады	0,15
Площадь вестибюля	0,3–0,5

Расчет площади торговых залов

До того, как дать характеристику *вестибюльной* группе помещений, нужно сказать несколько слов о фасаде и входе в ресторан. В основном фасад ресторана оформляется лаконично, порой с декоративно — художественной отделкой. В концептуальных ресторанах на фасаде часто есть элементы, дающие понять о концепции. Например, в ресторанах с национальной кухней могут быть соответствующие роспись лепнина. Очень важно на фасаде освещение. Часто, обеспечить обилие света и простора помещений, помогают зеркала или зеркальное полированное стекло.

Хорошо, если есть возможность устроить тут же внутренние дворики и газоны. Но при всей оригинальности нужно помнить, что фасад ресторана или бара должен удачно вписываться в окружающую среду, то есть не диссонировать с рядом стоящими зданиями, эстетикой их оформления и озеленением.

Порой в оформлении фасада применяют так называемый приём сопоставления, используя сочетание остекления с оформлением неровным «рваным» камнем, необработанным деревом и «грубой» керамикой. При оформлении фасада могут применяться элементы национального зодчества.

От правильного освещения привлекательность фасада особенно зависит в вечернее время. Для ресторанов, расположенных за основной чертой городских строений и трасс, вдали от городского шума, рекомендуется спокойное освещение.

Предприятия, расположенные на шумных городских улицах, магистралях, освещение может быть более ярким. Вход в ресторан должен обеспечивать одновременно движение двух встречных потоков посетителей. Над входом должен быть установлен высокий козырёк, чтобы под ним можно было бы, например, в дождливую погоду отряхнуться и закрыть зонт перед входом внутрь.

Кроме названия ресторана у входа следует указать следующую информацию: наименование предприятия, к которому относится ресторан (например, ООО «Новое время»), режим работы, какая в ресторане музыкальная программа (при наличии), а в окнах можно разместить рекламу своих фирменных блюд и выступающих музыкантов.

Вестибюль — помещение, с которого начинается знакомство с рестораном и обслуживание Гостей, в вестибюле обычно располагается и гардероб, вход в туалетные комнаты, и вход в обеденный зал. Площадь вестибюля должна быть из расчета 0,3—0,45 м² на одно посадочное место зала. В зависимости от площади вестибюля, вестибюли бывают малыми, большими и аванзалами. В них размещают информацию об услугах и необходимые указатели. Малый вестибюль должен иметь площадь не менее 50 кв. метров, в том случае если ресторан на 400—600 мест, то площадь вестибюля должна быть не менее 100 кв. м. В отдельных ресторанах в вестибюлях организуют продажу сувениров.

Чтобы посетители могли поправить перед входом в основной зал причёску, осмотреть свою одежду и внешний вид, в вестибюле должны быть зеркала. Гардероб обычно располагают при входе в вестибюль, туалетные комнаты — несколько дальше, по пути движения посетителей к торговому залу.

Аванзал (или зал кратковременного ожидания) — является продолжением вестибюля, в нём устанавливают диваны кушетки или другую мягкую мебель, журнальные столики с печатной рекламной продукцией. Кресла и диваны должны быть несколько ниже, чем в обеденном зале (380—400 мм), глубже (500—550 мм), шире (600—700 мм). Здесь посетители могут подождать других гостей пока они сдают одежду в гардероб или приводят себя в порядок.

Гардероб — помещение, обустроенное для приёма верхней одежды посетителей. В нём должны иметься шкафчики для хранения обуви, а также одно и двухсекционные вешалки, крючки располагаются на высоте 1,5 метра от пола, гардероб обязательно должен иметь запас плечиков для одежды. Помните даже такая мелочь, как отсутствие плечиков, а наличие лишь крючков может оттолкнуть потенциальных посетителей. Многим известна фраза Константина Сергеевича Станиславского сказавшего: «Театр начинается с вешалки», это конечно общее выражение о значимости каждой мелочи. Так вот к ресторану эта мелочь относится вдвойне.

Количество крючков вешалок должно превышать количество посадочных мест на 10%.

Для размещения обуви, портфелей, сумок на внутренней стороне стойки гардероба стойки должны быть оборудованы ячейки. Когда гость сдаёт одежду, гардеробщик должен сначала дать ему номерок, а затем вешать одежду. Когда гость уходит сначала ему дают верхнюю одежду, потом головной убор.

Туалетные комнаты должны быть безукоризненно чистыми, не только с холодной, но и горячей водой и должны иметь в наличии всё необходимое для мытья и обсушивания рук, поправки причёски и т. д. В туалетах должна хорошо работать вентиляция и быть хорошее освещение. В кабинках недопустимо отсутствие туалетной бумаги и аэрозольных дезодорантов. Желательно так же иметь в туалетах одежные и обувные щетки.

Зал ресторана — это помещение, где обслуживаются гости. Обеденный зал это основное помещение ресторана. В нём обслуживают Гостей. В нём то и совершаются продажи. Он должен быть уютным, располагать к отдыху и создавать хорошее настроение, оказывать благодушное влияние на человека. Зал является центром в архитектурном решении ресторана, здесь необходимо сочетать все элементы оформления: сервировка и оформление блюд, цвето-

вое и световое решение интерьера. Зал должен быть обязательно удобно связан с раздачей, сервизной, моечной и буфетом. Отношение длины зала к ширине может быть от 2/3 до 1/3. Если площадь зала большая, то обязательно необходимо освещение с двух сторон. Глубина естественного освещения не должна превышать 9м.

Руководствуясь принципом безопасности потребления необходимо исключить пересечение потоков. Движение потоков должно быть организовано так, чтобы официанты с готовой продукцией не пересекались в движение с тем, кто несет использованную посуду.

Сервизная

Сервизная это помещение для хранения столовой посуды и приборов.

В данном помещении может быть отдельный работник, при крупных ресторанах. Если имеется сервировщица, то она выдает посуду и приборы официантам. В небольших заведениях, где эта должность отсутствует, официанты сами берут посуду, но в любом случае для посуды и приборов выделено отдельное помещение, которое располагают не далеко от моечной, столовой посуды. В ней установлены шкафы со стеклянными дверцами, стеллажами и полками. Если есть должность сервировщицы, то дополнительно оборудуется прилавок для выдачи посуды и приборов.

Ежедневно в конце дня производят подсчет посуды и приборов. В случае недостачи составляется акт и отражают содержание акта в журнале. Посуда должна храниться по видам, отдельно друг от друга фарфор, стекло, металлическая и мельхиоровая посуда. Приборы хранят в ящиках: ложки, вилки и ножи в отдельных ящиках

Нормы оснащения требуют на одно посадочное место 3 или 3,5, а порой комплекта посуды и приборов. Два комплекта находятся в обращении обеденном зале и на раздаче, третий в моечной. Этот расчет необходим для обслуживания гостей без задержки, с учетом оборачиваемости посадочных мест. В вечернее время в ресторанах оборачиваемость обычно сокращается и потребность в посуде снижается до 1,5 комплектов.

Перечень моющих средств, допущенных для мытья посуды в предприятиях общественного питания.			
Наименование моющего средства	Для какого режима мытья предназначены.	Дозирование	Утверждено
Моющее средство «Прогресс».	Ручная и машинная мойка столовой посуды.	5 грамм на 1 литр воды	ГСЭУ МЗ СССР 30.01.74 123-13/3
Моющий препарат «Дон»	Ручная мойка столовой посуды.	1 грамм на 1 литр воды	МЗ РСФСР 17.01.74 Б-7/1-152
Тринатрийфосфат	Ручная мойка посуды	10 грамм на 1 литр воды	ГСЭУ МЗ СССР 30.01.74 123-13/3
Паста «Специальная-2»	Мойка посуды, оборудования, инвентаря	В количестве, указанном на этикетке.	ГСЭУ МЗ СССР 06.06.72 123-11/47-7
«Посудомой»	Мойка столовой посуды в посудомоечной машине, ручная мойка	1 столовая ложка на 1 литр воды. Для ручной мойки 1 чайная ложка на 1 литр воды	ГСЭУ МЗ СССР 08.10.73
Натрий углекислый, сода кальцинированная (техническая)	Для ручной мойки столовой посуды	До 20 грамм на 1 литр воды	ГСЭУ МЗ СССР 30.01.74 123-13/3
Порошок синтетический "Ферфорин"	Для мытья в посудомоечной машине	Согласно инструкции, Приложенной к посудомоечной машине.	МЗ СССР 15.03.73 121-14/732-19
Средство чистящее для кухни "Светлый".	Для чистки всех видов посуды (кроме полированного алюминия), раковин, наружной поверхности холодильников	Согласно инструкции, указанной на этикетке	МЗ СССР 15.03.73 121-14/732-19
Диоктилфосфат	Для санитарной обработки оборудования на предприятиях		ГСЭУ МЗ СССР 22.08.77 123-14/1418-7

Перечень моющих средств, допущенных для мытья посуды в предприятиях общественного питания.

После получения чистой столовой посуды и приборов официант хранит её в серванте. Сервант — шкаф официанта, расположенный в обеденном зале, предназначенный для хранения запаса посуды, столовых приборов, столового белья. Верхняя крышка серванта использу-

ется как подсобный столик. Серванты обычно размещают возле стен, тем самым обеспечивая наибольшее удобство для обслуживания посетителей.

Моечная столовой посуды

Моечная, помещение, предназначенное для мытья предназначена для мытья посуды и приборов. Помещение моечной должно находиться рядом с торговым залом, в то же время недалеко от раздаточной и сервизной, это позволит организовать работу по сбору грязной посуды и её мойки четко, без

задержек. Прием использованной посуды обычно происходит через окно в моечном отделении; рядом с окном устанавливают производственный стол для очистки тарелок от остатков пищи, который обивают обитый линолеумом для уменьшения шума. Перед процессом мытья столовая посуда сортируется по видам, затем моется, ополаскивается и сушится.

Для мытья *столовой посуды* (фарфоровой и мельхиоровой), *приборов*, а также *стеклянной посуды* (стаканов, фужеров, рюмок и т.д.) устанавливают посудомоечные машины. А для мытья ручным способом ванны. Посудомоечные машины имеют три режима мытья в трех отделениях: в первом отделении при температуре воды 45—48 °С посуда обмывается и обезжиривается с помощью моющих средств, во втором отделении при температуре воды 50—55 °С она моется и дезинфицируется в 10%-ном растворе хлорной извести, в третьем отделении при температуре 90 °С посуда ополаскивается и стерилизуется. После чего посуду укладывают для просушки на стеллажи.

Согласно требованиям, СанПиН (Санитарные Правила и Нормы), установленные для предприятий общественного питания мытьё столовой посуды, имеет определённый порядок.

Первый этап — очищение посуды от остатков пищи, щеткой остатки счищают в бак.

Мытьё *столовой посуды* ручным способом осуществляется в ванной с тремя отделениями с применением моющих и дезинфицирующих средств. Для того, чтобы предотвратить бой посуды, а также для поглощения шума на дно ванн кладут резиновые коврики. Температурный режим такой же как и в посудомоечной машине.

Необходимо придерживаться следующего режима мытья столовой посуды:

- 1) удаление остатков пищи с помощью щетки или деревянной лопатки;
- 2) в первой ванне посуда моется в воде, добавлением допущенных моющих при температуре 50° С,
- 3) во второй секции ванны дезинфицируется не менее 10 мин., при добавлении 0,2-процентным раствором хлорной извести или хлорамина.
- 4) в третьей секции посуда ополаскивается в горячей проточной водой при температурой не ниже 65° С при помощи гибкого шланга с душевой насадкой, посуда при этом должна загрузаться в металлические сетки.

Столовые приборы после мойки складывают в металлические сетки с ручками и опускают в кипящую воду для стерилизации. *Стеклянную и хрустальную посуду* моют в двух ваннах. В первой ванне температура воды должна быть 40—50 °С, здесь ее моют, во второй — температура 50—55 °С, здесь ее ополаскивают. *Мельхиоровую посуду* моют мягкой мочалкой с мылом, темные пятна удаляют содовым раствором. Затем ее моют горячей водой и протирают полотенцем. Мельхиоровая посуда без серебряного покрытия, имеющая пятна, не должна допускаться к использованию, так как это может вызвать отравление.

3.3. Кассовая система ресторана

Большую часть оплат за свою продукцию предприятия общественного питания и розничной торговли получают через кассы. Действия, производимые на предприятии с наличными деньгами, банковскими картами называются кассовыми операциями.

Порядок кассовых операций регламентируется правилами Центрального банка Российской Федерации (Центробанка России). Эти правила обязательны для исполнения предприятиями всех форм собственности

На предприятиях общественного питания и в торговле применяется два вида касс: главная и операционная. Операционная касса используется для получения платежей от населения за товар и продукцию наличными деньгами или с помощью платежных банковских карт. Операционных касс, в зависимости от величины предприятия может быть несколько. Главная касса принимает наличную выручку от операционных касс и осуществляет финансовые операции с денежной наличностью.

Все наличные денежные поступления и поступления с помощью банковских платежных карт должны фиксироваться с помощью контрольно-кассовой техники. Контрольно-кассовая техника (ККТ), применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных денежных расчетов и расчетов с использованием платежных карт (пластиковых банковских карт) в случаях продажи товаров или оказания услуг. (В соответствии с п. 1 ст. 2 Федерального закона от 22.05.2003 г. №54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт»). Неприменение ККТ влечет административное наказание и наказывается штрафом.

Прежде чем работать, на вновь приобретенной контрольно-кассовой машине (ККМ), необходимо поставить ее на регистрационный учет в налоговом органе. К регистрации контрольно-кассовые машины принимаются только при наличии договора с Центром Технического Обслуживания и ремонта ККМ, который имеет право на действия, связанные с настройкой, ремонтом и другим обслуживанием контрольно-кассовой техники. Договор так же может быть заключен непосредственно с предприятием изготовителем. Кассовый аппарат имеет пломбы и средства визуального контроля (голограммы). То есть самостоятельно предприятие не имеет право вскрывать кассовый аппарат, ремонтировать, нарушать целостность пломб.

Кассовые аппараты созданы достаточно давно и с начала создания до сегодняшних дней претерпели ряд изменений. Предприниматели и владельцы торговых точек (купцы, как они назывались в то время), всегда задумывались, над тем, что деньги от продаж являются постоянным соблазном продавцов (приказчиков). И конечно же, им хотелось предотвратить воровство работников. И вот один из владельцев салуна в Америке Джеймс Ритти, придумал кассовый аппарат, который мешал его приказчикам воровать деньги из выручки. Идея эта пришла ему в голову при путешествии на морском судне, из Соединенных Штатов в Европу, когда он спустился в машинное отделение. И аналитический ум этого человека подсказал ему, что по такому же принципу можно сделать аппарат, учитывающий поступления денег в кассу и тем самым при помощи подобного устройства можно будет покончить с воровством в кафе. Сконструировал он свою машину в 1879 году. Далее он несколько усовершенствовал свое детище. Предусмотрел он и интересы покупателей. В кассовую машину была добавлена бумажная лента, на которой отражалась сумма операций. Кусочек ленты — чек, давали покупателю. Покупатель так мог проверить, что его не обманули, назвав сумму для оплаты. Бумажный чек отражал цифру множеством дырочек, пробитых перфоратором машины. Отсюда, кстати, и пошло выражение «пробить чек». Но самое главное все операции отражались и оставались в памяти устройства. Эта система работы аппарата для учета выручки понравилась владельцам

торговых точек. Кассовые машины стали выпускать промышленные предприятия. Аппарат даже получил прозвище «Неподкупный кассир Ритти». Вот именно это открытие и положило начало эре кассовых аппаратов. Первые машины были с ручным приводом, затем его сменил электромеханический, они состояли из большого количества шестеренок, колесиков, рычажков и одного большого мотора. Эта функция накопления в памяти впоследствии дала возможность налоговым органам ввести требование обязательного применения кассовых машин во всех розничных точках продаж. Сейчас разрешенные к применению кассовые машины почти все электронные, представляющие собой мини-компьютеры. Но при всех изменениях и модернизациях в кассовых аппаратах осталось одно неизменное действие, исходя из поставленных перед ними задач. Все они фиксируют и суммируют все покупки, то есть все денежные операции, произведенные на них с момента начала работы, то есть с момента ввода в эксплуатацию. Устройство, которое фиксирует продажи называют суммирующим денежным счетчиком. Прежде, при старых механических кассовых аппаратах записывали показания этого счетчика на начала дня, затем снимали показания в конце дня, разница между показаниями на конец дня и на начало дня и являлась суммой выручки за день. Собственно говоря, и сейчас выручкой за день является именно разница этих показаний, но современные аппараты позволяют получить данные выручки за день смены, то есть самостоятельно производят подсчет дневной выручки и отражают ее на отчетном чеке.

Кассовый аппарат состоит из нескольких частей, которые можно назвать составными. К ним относят, устройство ввода информации, монитор двух видов — отдельный для продавца и покупателя, ящик для хранения денежных средств, ленточный блок, а также фискальная память и принтер. Рассмотрим каждую из частей в отдельности.

Любой кассовый аппарат должен иметь устройство, которое отображает вводимую информацию. Иными словами, он должен иметь табло или монитор. Причем этих устройств кассовый аппарат должен иметь два. Один из них предназначен для кассира. Второй выводит необходимую информацию для покупателя, что бы тот мог видеть сумму покупки. Назначение средства ввода данных: с его помощью вводится информация, которая впоследствии найдёт своё отражение на бумажном чеке и зафиксирована в памяти аппарата. Кассовый аппарат имеет отдельные кнопки для нескольких секций, отделов предприятия торговли, а в ресторане для нескольких официантов.

Ленточный блок также является необходимой составной частью кассового аппарата. Его назначение — отобразить сумму покупки, а у многих аппаратов, так же и сам покупаемый товар. На ленточном блоке так же отображаются отчеты о работе аппарата за кассовую смену.

Фискальная память, хранит информацию в хронологическом порядке об обороте денежных средств торгового предприятия за день и за весь период эксплуатации аппарата. Операционные счетчики учитывают количество всех операций, проведенных на контрольно-кассовой технике (ККТ): общее количество чеков, выбитых скидок, возвратов, и многое другое.

Кассовый аппарат имеет также вместилище для наличных денежных средств. Оно носит название денежного ящика, который располагается обычно под самой кассовой машиной. Денежный ящик должен удобно выдвигаться, иметь отсеки для хранения различных купюр и металлических монет.

Принтер — предназначен для печати чека. Кассовый аппарат печатает их, как для покупателя, так и для отчетности кассира. Покупателю чек служит документом, подтверждающим совершение покупки.

Для работы с кассовым аппаратом допускаются лица, прошедшие соответствующее обучение. Должностное лицо, производящее операции на кассовом аппарате, называют кассир-операционист. С кассирами-операционистами необходимо заключить договор материальной ответственности, так как в их ведении находится большое количество денежных средств.

Каждую покупку кассир обязан зафиксировать на кассовом аппарате и выдать покупателю чек. На чеке печатаются следующие обязательные данные: название, ИНН предприятия, номер кассового аппарата, номер чека, дата и время покупки и сумма покупки. Время на чеке не должно расходиться с реальным более чем на пять минут. Все денежные операции, произведенные на кассе, накапливаются и суммируются.

В конце дня происходит закрытие кассовой смены. На кассовом аппарате снимается так называемый Z-отчет. Этот отчет показывает сумму выручки за операционную кассовую смену (день) и фиксирует её закрытие. В Z-отчете отображается итоговая сумма денежных операций, совершенных на кассовом аппарате в течении смены (дня). Если продажи совершаются без использования банковских карт, Z-отчет показывает итоговую сумму наличных денег, которая должна быть в кассе (в денежном ящике). Если в расчетах участвуют и платежные банковские карты, в Z-отчете будет содержаться информация о продажах по картам отдельной строкой, и отдельной строкой выведена сумма продаж, оплаченных наличными деньгами. Выручка за смену равна сумме продаж, оплаченных наличными, и оплаченных банковскими картами. Z-отчет так же содержит информацию о сумме не обнуляемых денежных счетчиков на начало дня и на конец дня. Разница этих сумм и будет выручкой за смену (день), при условии, что не было возвратов денег покупателю. В случае же если возвраты были, сумма, возвращенных покупателям денег, так же отображается в Z-отчете. Сумма не обнуляемых счетчиков будет меньше на сумму возвращенных денежных средств.

После закрытия кассовой смены все денежные операции за смену обнуляются или говоря иначе гасятся. Поэтому Z — отчет еще называют отчет с гашением. Но общая сумма продаж с момента начала работы (ввода в эксплуатацию) кассового аппарата не обнуляется. Поэтому то суммы показаний накапливающих счетчиков называют необнуляемые суммы. Некоторые машины выводят суммы и на начало, и на конец дня, а некоторые только на конец дня.

На кассовом аппарате есть еще так называемый X-отчет. X — отчет так же еще называют отчет баз гашения. Отличие Z — отчета от X-отчета в том, что первый обнуляет все, суммы продаж, накопленные за смену (день), а второй просто показывает (распечатывает), при этом не обнуляя суммы продаж с момента открытия кассовой смены. X -отчет — это отчет, который показывает, сколько денег было пробито на кассе за текущую смену на момент снятия X-отчёта.

X-отчет можно делать в любом количестве в течении кассовой смены. Показания с X — отчета нигде не фиксируются. Для чего может возникнуть необходимость снять X-отчет? Ну, например, руководство хочет проверить кассира, соответствует ли сумма денег в денежном ящике, тому, что было пробито по кассовому аппарату.

Для осуществления реализации товаров с помощью пластиковых банковских карт контрольно-кассовые аппараты оснащаются дополнительным устройством — банковским терминалом. Предприятия, получающие оплату за проданные товары с использованием платежных карт, так же, как и при расчете наличными обязаны выдать покупателю кассовый чек. Комплекс услуг банка по приему расчетов с помощью банковских карт в торговой точке принято называть Эквайринг. Эквайринг позволяет торговому предприятию увеличить количество покупок, а значит и товарооборот, снизить затраты на инкассацию и риски всегда связанным с наличными денежными операциям. Кредитная организация, которая оказывает эти услуги, называется банком-эквайером. Такой банк устанавливает в торговых точках оборудование для приема оплат по картам, а также производит все расчеты по операциям с ними.

С 1 февраля 2017 года в кассовые машины дополнили фискальным накопителем, такая касса обязательно должна иметь подключение к интернету. Таким образом чеки и фискальные данные в электронном виде поступают в налоговые органы. Такие правила установлены ст.2 п.2. Федерального закона №54 «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчётов с использованием платёжных карт» уста-

навливает правила применения контрольно-кассовой техники в РФ. То есть с 1 февраля 2017 года контрольно-кассовые аппараты не только печатают чеки, но и отправляют их электронные версии оператору фискальных данных, который перенаправляет их в налоговые органы.

Практически все современные рестораны оснащены Российской компьютерной кассовой системой R-Keer или Iiko. Современная компьютерная кассовая система охватывает весь ресторан. Официант пробивает заказ на своей станции, тут же на производстве во всех цехах и в баре из специального небольшого принтера выходит заказ, и повара начинают готовить его к подаче. Есть отдельная так называемая менеджерская часть, в которой не только отражены продажи, но на основе их можно сделать аналитику продаж для принятия дальнейших решений. Именно только со стороны менеджерской части возможно установление цены на то или иное блюдо.

И еще любопытные сведения из истории. Современные цены на рекламе, типа 16,99 и подобные, то есть с девяткой на конце, когда цена стоит не целой, а без единицы не маркетологи, как думают некоторые, придумали вовсе, нет. Дело вот в чем, устройство кассовых аппаратов с самого начала было таково, что денежный ящик, из которого можно было достать деньги, просто так не открыть, он открывается лишь когда в его память вводилась сумма денег, полученная за покупку. Нажимается клавиша «ENTER» (вход, ввод). И опять-таки владельцы торговых точек заметили, что, если сумма ровная, например 2 доллара, 1 доллар, 3 доллара, у кассиров велик соблазн положить её не в денежный ящик, а себе в карман, так как сдача не требовалась, нет необходимости открывать денежный ящик, и соответственно отражать сумму покупки в памяти машины. А, когда сумму указывали без одного цента, то есть вместо 2 долларов, указывали 1,99 покупатель ждал сдачу и кассир был вынужден нажимать клавишу ввод -«ENTER», и сумма покупки уже отражалась в памяти кассовой машины. И стали устанавливать продажные цены без указания цента. Они смекнули «лучше потерять цент, чем потерять всю выручку за товар».



Принтер заказов, установленный в горячем цехе

Современная компьютерная кассовая система, хороша ещё тем, что при вводе заказа на станции официанта, заказы для всех цехов или бара выходят на принтере, установленном в данных подразделениях. Официанту нет необходимости, приняв заказ бежать на кухню и в бар отдавать заказы и рассказывать. Что как и когда подать, вся информация будет на напечатанном заказе.

3.2. Оборудование и мебель торговых залов

Основным оборудованием зала ресторана является мебель — обеденные столы, стулья и кресла, серванты для посуды, передвижные сервировочные столики. Торговый зал оборудуют обеденными столами на разное количество гостей, мягкими, полумягкими и жесткими стульями, креслами и полу креслами, диванами, и рабочим местом официанта — сервантами. Торговая площадь будет использоваться более рационально если подбор мебели, и её расстановка будет произведена грамотно и правильно.

Нормы оснащения ресторанов мебелью (от количества посадочных мест)				
Наименование мебели	Количество мебели для залов различной вместимости.			
	75 мест	100 мест	150 мест	200 мест
Стол ресторанный раздвижной	5	8	12	16
Стол нераздвижной четырехместный	10	12	19	25
Стол двухместный	8	10	15	20
Стул полумягкий	86	116	173	286
Сервант официанта	6	6	8	10

Нормы оснащения ресторанов мебелью (от количества посадочных мест).

От этого зависит и уровень обслуживания гостей и соответственно получение ожидаемой прибыли.

Оборудование и мебель для торговых помещений должны отвечать следующим требованиям:

- соответствовать типу торгового зала (ресторан, кафе, банкетный зал, бар),
- размерам;
- быть удобными, т.е. соотношение между высотой стола и высотой сиденья стула, высотой подлокотников и спинкой кресла (наиболее комфортным считается размер 20—31 см — расстояние от сиденья кресла до столешницы);
- обеспечивать гигиеничность за счет использования соответствующих отделочных материалов.

Ресторанные столы несколько отличаются от тех, что используют другие предприятия внедомашнего питания, и не только отделкой, но и размерами столешниц. В ширина стола должна быть от 800 до 900 мм. длину — из расчета 500 мм на одного человека. В подстолье целесообразно предусмотреть полки для сумок, зонтиков. В ресторанах устанавливают квадратные, прямоугольные и круглые столы с количеством посадочных мест от двух до шести за одним столом. Для уменьшения шума от расставляемой посуды столешницу накрывают сначала сукном или байкой, а затем, а уже затем скатертью. Мебель должна быть удобной, прочной, отвечать современным требованиям эстетики. Форма, цвет и расстановка ее требуют сочетаемости с архитектурой зала, его декоративной отделкой и цветовым решением.

Размеры столов ресторана мм						
Ширина	Длина				Высота	Максимальная ширина стула
	Двухместные	Четырехместные		Шестиместные		
		квадратный	прямоугольный			
800	625	800	1250	1875	740-750	1500
850	650	850	1300	1950	740-750	1550
900	700	900	1400	2100	740-750	1600
Круглый	700-800	900-1100		1300	740-750	

Размеры столов ресторана мм

Для удобства работы и правильной организации рабочего места официанта в обеденных залах устанавливают подсобные столы. Они должны органично вписываться в общий интерьер зала. Высота их — как и у обеденных столов, ширина — 500—600, длина — 600—800 мм. Для хранения небольшого запаса посуды, приборов, белья устанавливают серванты, верхнюю крышку которых можно использовать как подсобный столик.

Площадка для танцев. В ресторан гости приходят не только с целью пообедать, но и послушать развлекательную программу, потанцевать. С этой целью многие рестораны оборудуют танцевальную площадку. Ее расположение зависит от размера и всей композиции зала. Она может быть в центре зала или заканчивать его перспективу. Обычно её выделяют с помощью светильников, особой формой потолка. В ресторане норма площади для танцевальных площадок составляет 0,15 м² на одно посадочное место, глубина эстрады (при наличии) от 3 до 8 м.

3.4 Буфеты

В ресторанах отпускается как продукция собственного производства, так и так называемая буфетная продукция, то есть продукция, изготовленная сторонними производителями. Её так и называют покупная продукция или покупные товары. К буфетной продукции относится, например хлеб. К ней же относится вино-водочные изделия, пиво, безалкогольные напитки, фрукты, кондитерские и табачные изделия.

Рестораны имеют буфеты трех видов — основной буфет, кофейный и буфет-хлеборезку.

В основном буфете производится отпуск алкогольной и слабоалкогольной продукции, безалкогольных напитков, фруктов, кондитерских и табачных изделий. Его оборудуют подсобным помещением для хранения запаса товара; прилавком с витриной, на который выставляется товар; холодильным шкафом для охлаждения напитков. Он должен быть оснащен весами и мерными стаканчиками. В Буфете обязательно должна быть раковина, к которой подведена холодная и горячая вода.

Кофейные буфеты предназначены для приготовления и отпуска кофе, чая и шоколада. С этой целью в кофейных буфетах устанавливают кофемолку, кофеварку, электрические чайники. Для охлаждения сливок, молока, кремовых изделий в них устанавливают охлаждающий холодильник, а для хранения мороженого — низкотемпературный холодильный прилавок.

Буфет-хлеборезка предназначен для хранения, нарезки и отпуска хлеба. В хлеборезках устанавливают шкаф со стеллажами для хлеба, столы. Хлеборезка должна быть укомплектована ножами. В крупных заведениях устанавливают хлеборезательную машину. Для удаления хлебных крошек должны иметься совок и щетка.

Еще несколько десятилетий назад эти буфеты были закрытыми, то есть расположены были вне торгового зала. Это делалось с целью обеспечения финансовой безопасности. То есть тот, кто фиксирует заказ и отражает его оплату в кассовой системе не должен совмещать отпуск товара.

Но многие современные рестораны оснащены открытым баром, вынесенным в торговый зал, в отличие от закрытых буфетов, о которых шла речь выше. И функцию подготовки к отпуску алкогольной и безалкогольной продукции, а также приготовление кофе несет на себе бар.

В таких ресторанах внутри производственных и подсобных помещений остаётся лишь буфет -хлеборезка.

3.5 Организация работы бара ресторана

История возникновения баров ведет к далёкому XVIII веку, на запад США. Точнее в САСШ (Северо Американские Соединенные Штаты), Аббревиатура США появилась сравнительно недавно в 30х годах XX столетия. К XVIII столетию американские переселенцы начали освоение земель «дикого запада». К концу указанного столетия территория востока была уже густонаселена. Тогда владельцы питейных заведений небезосновательно отгораживались от посетителей внушительным барьером — стойкой. Кстати, само слово бар идет от английского слова bar, что на русском языке значит «стойка»

Ведь кроме тех, кто приехал туда для того, чтобы получить землю и заниматься сельским хозяйством, там был достаточный процент каторжников и ссыльных за всевозможные преступления. Ассортимент заведений был не велик. На стойку выставлялись бокал алкогольного напитка, сэндвич и горсть орехов. Быстрое обслуживание — быстрый расчет. Да и в штате был лишь один человек — сам хозяин. А как грянула золотая лихорадка, то и посетителям, среди которых были старатели и разные авантюристы, подолгу рассиживаться было некогда, нужно было быстрее других занять участок для промывки песка, или идти промывать песок.

Конечно, за многие десятилетия бары сильно изменились, но само быстрое обслуживание, не широкий ассортимент и главное — стойка закрепились за этим заведением.



Кофемашина

Инструменты бара

Особо сложных механизмов и приспособлений для бара не требуется.

Основным инструментом бармена является Шейкер. В основном в барах шейкеры металлические. Они наиболее практичны, хотя бывают стеклянные и комбинированными. Кроме того, красивый мельхиоровый или никелированный шейкер служит украшением бара.

Шейкер — это сосуд для взбивания смесей ручным способом.

соковыжималка для выжимания сока из цитрусовых плодов,

Миксер для взбивания как алкогольных, но главным образом безалкогольных коктейлей.

Ведь гости ресторана часто приходят с детьми. И эти маленькие посетители не должны остаться без внимания, и не должны быть обделены своими коктейлями, приготовленными именно для них. Кстати, 200 лет назад смешивали и взбивали коктейли прямо в бутылке.

Бар должен быть снабжён сифоном для газированной воды.

терка для того, чтобы натереть орехи, шоколад, цедру лимона. Натирают указанные компоненты коктейлей, для того чтобы посыпать сверху готовый коктейль.

Ключ барный — в котором скомпонованы штопор и приспособление для того, чтобы проделать дырки в банках с соком. Изготавливается из нержавеющей стали.

Штопор рычажного типа, который служит для открывания выдержанных импортных вин со стопорным устройством для горлышек бутылок

Ложка для смешивания ингредиентов в барном стакане. Ложки изготовлены из пищевой стали, ручка у них длиной 35—40 см

Кроме того, в баре должны быть щипцы для льда, маленькое *сито* с ручкой, красивый поднос и, разумеется, мерные стаканчики.

Из оборудования в баре должен быть установлен ледогенератор — машина, которая автоматически приготавливает пищевой лёд. Дед используется для приготовления коктейлей. Принцип его действия: Вода под напором, который создается помпой, проникает в испаритель и намерзает на его гранях. Затем, когда лёд готов, кубики или пирамидки откалываются от форм посредством горячего пара. Получаемый лед падает и скапливается в специальном бункере.

Ну и, конечно, необходим холодильник для охлаждения и хранения соков, воды, вин, требующих более низкой температуры, чем комнатная.

Для приготовления кофе и чая в баре устанавливается кофемашина.



Шкаф-витрина для вина в баре.

В барах можно встретить большой ассортимент стаканов с толстым, утяжеленным дном. Обычно их называют тумблерами.

Наименование	Характеристика посуды	Рекомендуемые напитки
Хайбол (от англ. High ball) – емкость 200 – 300 мл,	Универсальные высокие стаканы	Отлично подходят для напитков, в которых много льда и большой объем компонентов Ром с колой, Тьма и буря, Джин с тоником
Коллинз	Стакан выше и уже, чем хайбол. Цилиндрическая форма идеальна для «Лонг дринк», которые подаются со льдом.	Том Коллинз, Джон Коллинз, Джин-физ
Стакан «Зомби»	Самый высокий из стаканов с прямыми стенками. Предназначен для разноцветных миксов с большим количеством льда	Зомби, Морской бриз, Май Тай
Рокс – емкость 100 мл.	Невысокий стакан с толстым дном. Предназначен для подачи двойных порций спиртных напитков или коктейлей с небольшим количеством ингредиентов	Белый русский, Олд-фешен, Сазерак
Бокал-блюдце Объем 150 мл.	Изысканные бокалы-блюдца предназначены для однородных коктейлей. Форма бокала подчеркивает красивый цвет напитка.	Манхэттен, Бульвардые, Буравчик (Гимлет)
Мартини	Мартини	Мартини, Космополитен, Сайдкар
Маргарита МАРГАРИТА – от названия одноименного коктейля. Объем 200 мл. Исключительно коктейльная рюмка для подачи коктейлей-физов и слингов, в первую очередь всевозможных маргарит и дайкири	Бокалы отличаются культовой формой, благодаря которой их удобно держать, употребляя «Лонг дринк»	Маргарита, Дайкири
Харикейн Объем 300–500 мл. Используется исключительно для подачи коктейлей-коблеров	Бокалы имеют уникальную форму тюльпана, которая подчеркивает цвета фруктовых, тропических напитков	Ураган (Харикейн), Пина Колада, Сингапурский слинг
Медная кружка	Стильный способ подавать некоторые виды коктейлей. Такая кружка дольше	Московский мул, Мятный джулеп, Борзая (Грейхаунд)

	сохраняет напиток холодным и может улучшить вкус имбирного пива и цитрусовых добавок.	
Стаканы-тики	Экстравагантная посуда для экзотических коктейлей. В них наливают гавайские напитки или другие необычные «Лонг дринк»	Тики-мастер, Пунш плантатора, Космический зомби

Глава 4. ПЕРСОНАЛ ТОРГОВОЙ ЗОНЫ РЕСТОРАНА

4.1 Метрдотель обязанности

На кухне, то есть на производстве самая значимая фигура это шеф-повар. Он руководитель всего производственного подразделения. Такой же значимой фигурой как шеф-повар на кухне, но только в торговом зале является метрдотель.

Сервис в ресторане — это последовательность действий персонала от встречи гостя до его ухода из заведения.

Ресторан фактически делится на две независимые территории — кухню и обеденный зал (торговый зал). Шеф-повар управляет кухней, кухня производит блюда и изделия, предназначенные для еды, а метрдотель — залом для приема пищи. Нормальное функционирование ресторана (кухни и зала) обеспечивается слаженной работой шеф-повара и метрдотеля.

Обязанности

Метрдотель в словаре иностранных слов трактуется как заведующий столом, распорядитель в ресторане.

Без метрдотеля невозможно представить работу ресторана. Он выполняет огромный объем работы, не видимый с первого взгляда. Слово, обозначающее эту должность, пришло к нам из Франции.

Изначально термин «метрдотель» (от фр. *maître d'hôtel* — хозяин отеля) употреблялся во Франции для обозначения хозяев постоянных дворов при почтовых станциях. Остановки на таких станциях совершались для того, чтобы поменять лошадей, служивших в те времена единственным транспортом. Проезжий люд здесь не задерживался надолго, а лишь для того, чтобы, отдохнуть и пообедать. Принимал их метрдотель. Он рассаживал посетителей в обеденном зале за общим столом, принимал их заказы и передавал их прислуге на кухне, рассчитывал их. К знатым гостям метрдотель проявлял особую заботу: обслуживал их лично, советовал какое вино подобрать к блюдам и тому подобное

Метрдотель, также как и официанты, является лицом ресторана. Он выполняет функцию хозяина, создает атмосферу гостеприимства.

Он доброжелательно встречает гостей, приветствует их, внимательно выслушивает их пожелания, чтобы предоставить им то, чем располагает ресторан — уют, вкусную трапезу, хорошую музыку, возможность потанцевать. Согласно пожеланиям гостей, он рекомендует им самые удобные варианты размещения в зале. Нужно чтобы люди чувствовали себя как дома. Провожает их до столика, помогая расположиться, поручая дальнейшее обслуживание официантам.

Метрдотель руководит всей работой официантов, швейцаров, гардеробщиков, уборщиков зала, мойщиков столовой посуды, работников сервисной, барменов и других работников, относящихся к торговому подразделению. Кроме знаний стандартов сервиса он обязан знать технологию приготовления блюд, правила и порядок их подачи, учитывать национальные особенности гостей.

Его задача обеспечить четкую связь производства и обеденного зала. Утром, приходя на работу, проверяет техническое состояние помещений, качество проведенной уборки, исправность мебели, освещения и другого оборудования зала. Тут же он должен принять меры для устранения неисправностей.

Он должен ознакомиться с записями предыдущей смены, предварительными заказами на обслуживание. Проводит утреннюю линейку с подчиненным персоналом. Проверяет готовность официантов к обслуживанию. Проверяет их внешний вид, соблюдение личной гигиены.

Далее метрдотель разбирает ошибки, допущенные в предыдущий день. Рассказывает об особенностях работы предстоящего дня. Доводит до сведения изменения в работе. В его обязанности входит так же отследить наличие блюд на кухне (или возможности их приготовления) с теми, что указаны в меню.

Если сегодня какое-то блюдо или несколько блюд, на кухне нет возможности приготовить, он составляет так называемый «СТОП-ЛИСТ». В «стоп-лист» метрдотель вносит отсутствующие блюда. На утренней линейке записи в этом «стоп-листе» доводит до сведения всех официантов. Это делается для исключения возможных недоразумений с гостями.

Итак, **«стоп-лист» — это список блюд из меню ресторана, которые не могут быть приготовлены в конкретный день.** Одна из самых распространенных причин отсутствия возможности приготовления — закончились необходимые ингредиенты (например, свежая рыба была, но к вечеру закончилась, так как рыбные блюда в часы обеда пользовались повышенным спросом). Разумеется, что этот список меняется день ото дня. Конечно, что у лучших заведений такой список короткий или вообще отсутствует. То есть в идеале он должен отсутствовать вовсе. Так же он должен вовремя информировать персонал о том, что блюдо вернулось в меню (поставщик подвез рыбу).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.