

Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
Кафедра технології в ресторанному господарстві,
готельно-ресторанної справи та підприємництва

І.А. Назаренко, О.А. Боднарчук

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Навчальний посібник

Кривий Ріг
2020

Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
Кафедра технології в ресторанному господарстві,
готельно-ресторанної справи та підприємництва

І.А. Назаренко, О.А. Боднарук

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Навчальний посібник

Ступінь: бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри технології в ресторанному
господарстві, готельно-ресторанної
справи та підприємництва
Протокол № 15 від “07” квітня 2020 р.

Схвалено навчально-методичною
Радою ДонНУЕТ
Протокол № 7 від “29” 04. 2020 р.

Кривий Ріг
2020

УДК 642.6:640.43(075)

Н 19

Рецензенти:

Т. І. Юдіна, доктор технічних наук, професор
Г. П. Хомич, доктор технічних наук, професор
Г. О. Горіна, доктор економічних наук, доцент

Рекомендовано до видання Вченою радою Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (протокол № 14 від 30.04.2020 р.).

Назаренко І.А.

Н19 Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства [Текст]: навч. посібник / І. А. Назаренко, О. А. Боднарук. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 128 с.

У навчальному посібнику розглядаються сучасні вимоги до організації обслуговування в закладах ресторанного господарства, зокрема організація кейтерингового обслуговування, організація обслуговування в закладах ресторанного господарства сучасних форматів, організація дозвілля у закладах ресторанного господарства та особливості обслуговування певних контингентів споживачів. Посібник включає основні теоретичні положення, що входять до складу двох змістових модулів, контрольні питання та тестові завдання для перевірки знань.

УДК 642.6:640.43(075)

© Назаренко І. А., Боднарук О. А., 2020
© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. НОМЕНКЛАТУРА ПОСЛУГ І СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	8
1.1. Організація кейтерингового обслуговування	8
1.1.1. Характеристика кейтерингового обслуговування.....	8
1.1.2. Організація повносервісного кейтерингового обслуговування	10
1.1.3. Обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг	13
1.1.4. Матеріально-технічне забезпечення кейтерингового обслуговування.....	16
1.1.5. Вимоги до персоналу служби кейтерингу.....	17
Контрольні запитання для перевірки знань.....	18
Тестові завдання.....	18
1.2. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства сучасних форматів (концепцій).....	20
1.2.1. Сучасні формати ресторанного господарства	20
1.2.2. Організація обслуговування в заміських закладах ресторанного господарства.....	23
1.2.3. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства з національними кухнями.....	26
1.2.4. Організація обслуговування в кальян-барах.....	29
1.2.5. Організація обслуговування в закладах формату free flow	35
1.2.6. Організація обслуговування на літніх майданчиках закладів ресторанного господарства.....	41
Контрольні запитання для перевірки знань.....	45
Тестові завдання.....	45
1.3. Організація дозвілля в закладах ресторанного господарства.....	47
1.3.1. Організація музичного обслуговування в закладах ресторанного господарства	47
1.3.2. Організація спортивного дозвілля в закладах ресторанного господарства	48
1.3.3. Організація розважальних шоу-програм в закладах ресторанного господарства	53
Контрольні запитання для перевірки знань.....	55
Тестові завдання.....	55

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПЕВНИХ КОНТИНГЕНТІВ СПОЖИВАЧІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	57
2.1. Організація обслуговування дітей в закладах ресторанного господарства	57
2.1.1. Характеристика закладів ресторанного господарства для дітей.....	57
2.1.2. Організація обслуговування дітей в закладах ресторанного господарства.....	60
2.1.3. Організація дитячого дозвілля.....	61
Контрольні запитання для перевірки знань.....	63
Тестові завдання.....	63
2.2. Організація обслуговування учасників ділових, культурних, громадських та спортивних заходів	66
2.2.1. Класифікація та загальні вимоги до організації ділових, культурних, громадських і спортивних заходів.....	66
2.2.2. Обслуговування за місцем проведення ділових, культурних, громадських заходів.....	68
2.2.3. Обслуговування учасників заходів сніданками, обідами, вечереями.....	70
2.2.4. Організація обслуговування на виставках та ярмарках.....	71
2.2.5. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства при фітнес-центрах.....	76
2.2.6. Обслуговування учасників спортивних змагань.....	79
2.2.7. Організація обслуговування глядачів спортивних змагань.....	81
2.2.8. Організація обслуговування споживачів у торговельно-розважальних комплексах.....	83
Контрольні запитання для перевірки знань.....	84
Тестові завдання.....	85
2.3. Організація обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства при готелі	87
2.3.1. Характеристика закладів ресторанного господарства при готелі.....	87
2.3.2. Організація сніданку в готелях.....	88
2.3.3. Особливості обслуговування в обідній час.....	91
2.3.4. Організація «шведського столу» в закладах ресторанного господарства при готелі.....	94
2.3.5. Особливості обслуговування в номерах готелю.....	96
2.3.6. Особливості влаштування міні-бару у номері готелю.....	100

2.3.7. Додаткові послуги закладів ресторанного господарства при готелі.....	101
Контрольні запитання для перевірки знань.....	103
Тестові завдання.....	104
2.4. Організація обслуговування туристів	106
2.4.1. Особливості обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства.....	106
2.4.2. Обслуговування туристів у дорозі.....	109
2.4.3. Розрахунок за харчування.....	109
2.4.4. Комплексне обслуговування подорожуючих з діловими цілями.....	111
Контрольні запитання для перевірки знань.....	113
Тестові завдання.....	113
2.5. Організація обслуговування пасажирів на транспорті.....	115
2.5.1. Обслуговування пасажирів на залізничному транспорті.....	115
2.5.2. Обслуговування пасажирів на авіатранспорті.....	116
2.5.3. Обслуговування пасажирів на автотранспорті.....	121
2.5.4. Обслуговування пасажирів на водному транспорті.....	121
Контрольні запитання для перевірки знань.....	123
Тестові завдання.....	124
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	126

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства» спрямована на формування у студентів комплексу знань стосовно сучасних вимог до організації обслуговування в закладах ресторанного господарства, зокрема організації кейтерингового обслуговування, організації обслуговування в закладах ресторанного господарства сучасних форматів, організації дозвілля у закладах ресторанного господарства та особливостей обслуговування певних контингентів споживачів.

Зміст дисципліни розкривається в восьми темах, об'єднаних у два змістових модулі: «Номенклатура послуг і сучасні вимоги до організації обслуговування в закладах ресторанного господарства», «Особливості обслуговування певних контингентів споживачів у закладах ресторанного господарства».

Вивчення дисципліни дозволяє сформувати наступні професійні компетенції:

знання та розуміння організації повносервісного кейтерингового обслуговування;

знання організації дозвілля в закладах ресторанного господарства;

знання організації обслуговування дітей в закладах ресторанного господарства різних типів;

знання особливостей обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при готелях;

знання особливостей обслуговування споживачів у номерах готелю;

знання організації обслуговування учасників різних заходів;

знання основних принципів організації харчування туристів;

знання організації обслуговування індивідуальних туристів;

знання організації обслуговування групи туристів;

знання особливостей асортиментної політики закладів ресторанного господарства фітнес-центрів;

знання організації обслуговування пасажирів на залізничному, автомобільному, повітряному та водному транспорті;

знання особливостей обслуговування та номенклатури послуг в закладах ресторанного господарства з національними кухнями;

знання характеристик закладів ресторанного господарства сучасних форматів;

уміння підбирати посуд, меблі та обладнання для організації кейтерингового обслуговування;

уміння створювати умови для надання споживачам програм за різними напрямками;

уміння організовувати дитячі банкети та надавати послуги з організації харчування учасникам різних заходів;

уміння використовувати набуті знання щодо правил обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства в практичній діяльності.

РОЗДІЛ 1.

НОМЕНКЛАТУРА ПОСЛУГ І СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Організація кейтерингового обслуговування

1.1.1. Характеристика кейтерингового обслуговування

Слово «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «publice catering» – ресторанне господарство, а також «catering trade» – ресторанний бізнес. Суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, в місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг.

Кейтерингові послуги можуть надавати як окремі компанії, так і заклади ресторанного господарства. Різниця в тому, що для кейтерингових компаній це основний вид бізнесу, а для закладів ресторанного господарства – додатковий заробіток..

З розвитком новітніх технологій в індустрії гостинності кейтерингове обслуговування набуває масштабності в організації та проведенні святкових заходів, банкетів, під час яких приготування страв та обслуговування поєднуються з послугами інших сфер обслуговування: прокат весільного одягу та аксесуарів, автомобілів, організація розважальних та концертних програм, стилізований дизайн приміщень та оформлення столів тощо. Це дало можливість виділитися йому в самостійний бізнес закладів, що спеціалізуються на цьому виді діяльності, і стати важливою додатковою послугою в інших закладах ресторанного господарства.

Розрізняють наступні види кейтерингу: кейтеринг в приміщенні, поза рестораном, соціальний, роз'їзний (за контрактом на постачання продукції), роздрібний продаж готової кулінарної продукції, кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар), авіа кейтеринг, концертний кейтеринг (виконання вимог райдера артистів) та VIP-кейтеринг.

Найбільш подібним до ресторанного обслуговування є кейтеринг у приміщенні. Обслуговування може здійснюватися в аванзалах, банкетних залах та ін. Також обов'язково передбачаються виробничі приміщення для підготовки продуктів та приготування страв, складські приміщення для зберігання продуктів, напоїв, столового посуду і наборів, столової білизни, аксесуарів, необхідних для оформлення столів і залів. Перевагою даного виду кейтерингу є економія часу для підготовки виїзного заходу (доставка, установка необхідного обладнання, кухонного посуду, інвентарю), а недоліком – високі затрати на

оплату лізингу (приміщення, обладнання), страховки, накладних і виробничих витрат.

Найбільш популярним є кейтеринг поза рестораном. Даний вид кейтерингу передбачає обслуговування на території замовника. При підготовці до обслуговування враховують характер банкету, кількість і склад учасників, час початку банкету, його тривалість, меню і карту вин, склад приміщень, схему розміщення столів. На підставі цих даних здійснюють розрахунок необхідної кількості посуду, столових наборів, столової білизни та визначають кількість офіціантів. Підготовлені посуд, набори та білизну доставляють до місця проведення заходу у спеціальних контейнерах, які обклеєні всередині тканиною, з відділеннями для певного виду посуду в цілях запобігання бою. Закуси, страви, напівфабрикати, кулінарні та кондитерські вироби, напої також пакують у спеціальну тару і доставляють завчасно, в день проведення заходу, з урахуванням встановлених термінів зберігання продукції. Використовуються спеціально обладнані автомобілі, причепи і напівпричепи. Виконавець послуг несе відповідальність за приготування і доставку страв, сервірування та декорування буфетів-барів, банкетних столів, прибирання залів і здійснює повний розрахунок по закінченні заходу у відповідності з раніше укладеним договором. Перевагою даного виду кейтерингу є значно нижчі накладні витрати, ніж для кейтерингу в приміщенні, а недоліком – високі витрати на транспортні засоби та спеціальне обладнання для зберігання та доставки страв, кулінарних і кондитерських виробів, напоїв.

Кейтерингові компанії здійснюють також надання послуг по виробництву страв для проведення громадського заходу. Даний вид кейтерингу називається соціальним. Основною його відмінністю є те, що процес приготування страв відбувається на території та обладнанні замовника та під його контролем. При підготовці до обслуговування враховують особливості сервірування столів і обслуговування споживачів, меню. Виконавець послуг несе відповідальність за прибирання приміщення після проведення заходу. Перевагою даного виду кейтерингу є невеликі витрати і повна відсутність витрат на обладнання. Кейтерингова компанія може надати замовнику згідно з договором лише окремі предмети для сервірування столу і аксесуари для додання елегантності столу.

Кейтерингові компанії здійснюють також доставку напівфабрикатів на будівельні та знімальні майданчики, а також в офіси, де потрібно забезпечити харчуванням групи людей. Даний вид кейтерингу називається роз'їзний та на відміну від попереднього пов'язаний зі значними фінансовими витратами, оскільки для приготування їжі з напівфабрикатів на території замовника необхідно спеціалізоване пересувне обладнання.

Різновидом кейтерингу є роздрібний продаж готової кулінарної продукції, який передбачає доставку сніданків або обідів додому або торгівлю продуктами харчування і прохолодними напоями під час проведення спортивних змагань, фестивалів та інших громадських заходів з великою кількістю учасників.

Виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухаря і офіціанта відноситься до VIP-кейтерингу. Приготування страв і напоїв

та процес обслуговування споживачів здійснюється у приміщенні замовника і під його наглядом.

Кейтерингове обслуговування класифікують за контингентом замовників, місцем проведення заходу, повнотою циклу або характером наданих послуг.

За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів. До першої групи належать корпоративні замовники (фірми, установи, підприємства, посольства, які проводять ділові зустрічі, презентації, семінари, конференції з наступним фуршетом, а також корпоративні свята і вечірки). До другої групи належать громадські організації (спілки, комітети, асоціації, шкільні та батьківські комітети, асоціації випускників, які проводять семінари, збори, благодійні банкети, випускні бали тощо). До третьої групи належать індивідуальні замовники (приватні особи, які влаштовують сімейні свята). Четверта група – це установи, підприємства та навчальні заклади, які прагнуть забезпечити своїх робітників, службовців, студентів комплексними обідами тощо.

Надання подібної послуги першим трьом групам дає можливість замовнику організувати свято на високому рівні, справити приємне враження на гостей, не витрачаючи часу та сил на його підготовку та проведення. До того ж такий вид сервісу дає можливість замовникам заощадити свої кошти, порівняно з аналогічним обслуговуванням у ресторані.

За місцем проведення заходу кейтерингове обслуговування поділяється на обслуговування 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), на відповідній території (спортивних комплексів, центральної частини міста, парків тощо) при проведенні масових заходів (спортивних, фестивалів, гулянь тощо). Вибір місця проведення заходу здійснює замовник кейтерингових послуг, однак кейтерингова компанія також може запропонувати різноманітні варіанти.

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

При обслуговуванні готовими продуктами харчування кейтерингова компанія бере на себе зобов'язання з виготовлення та доставки страв, але не приймає участі в обслуговуванні безпосередньо на місці. При повносервісному обслуговуванні усі зобов'язання щодо організації замовлення (розробка сценарію проведення свята, складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставка на місце призначення, обслуговування споживачів на рівні ресторанного сервісу, згортання роботи на місці проведення заходу) повністю бере на себе кейтерингова компанія.

1.1.2. Організація повносервісного кейтерингового обслуговування

Схема організації та проведення повносервісного кейтерингового обслуговування наведена на рис. 1.1.

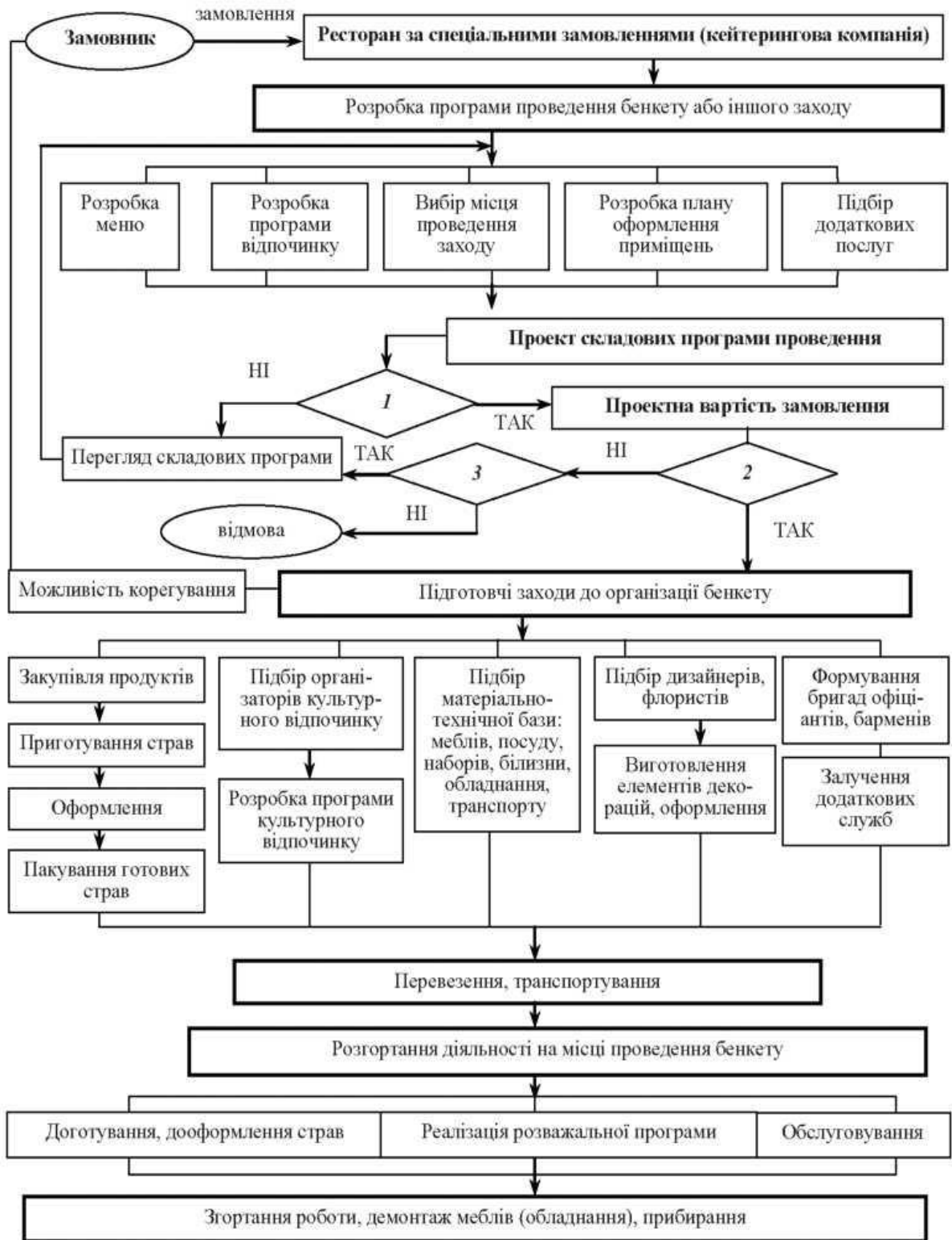


Рисунок 1.1 – Схема організації та проведення повносервісного кейтерингового обслуговування

Організація повносервісного кейтерингового обслуговування починається із погодження з замовником часу надання послуг, місця проведення заходу та деяких умов, а саме - розміщення залу для гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, приміщення для приготування страв, кондиціювання, аварійних виходів та ін. При визначенні місця проведення заходу обов'язково

оговорюється можливість обладнання доготівельного приміщення, наявність водопроводу та електромережі. Замовник може побувати на місці проведення заходу та оцінити ситуацію, що дозволить йому прийняти раціональне рішення. На основі отриманих даних менеджер кейтерингової компанії розробляє план розміщення меблів та устаткування, оформлення приміщень, сценарний план заходу тощо. Правильна організація цього процесу дає можливість швидко вирішувати поточні питання та уникати проблемних ситуацій.

Важливим на етапі підготовки до виїзного обслуговування є узгодження меню із замовником. Як правило, кейтерингові компанії мають кілька варіантів меню, які пропонують замовнику. Проте для кожного конкретного замовника створюється окреме меню, виходячи з його побажань та фінансових можливостей. Обмежень практично не існує, тому що вищеназвані заклади мають кваліфікований виробничий персонал. Замовник отримує справжню ресторанну продукцію з відповідним сервісом.

Однак іноді замовнику рекомендують відмовитися від деяких страв, оскільки в організації кейтерингового обслуговування є деякі особливості: час між приготуванням та реалізацією готової продукції значно довший, ніж при класичному обслуговуванні в ресторанах, за рахунок її транспортування. Тому при розробці меню все-таки є деякі обмеження. Із замовником також узгоджується процес закупівлі продуктів. Більшість кейтерингових компаній пропонують декілька варіантів: 1) замовник сам купує продукти і спиртні напої (це забезпечує можливість заощадити до 30 % витрат); 2) закупівлею займається кейтерингова компанія. Другий варіант також забезпечує можливість замовнику дещо заощадити, оскільки кейтерингові компанії мають налагоджені зв'язки з постачальниками, які можуть запропонувати істотні знижки. При цьому кейтерингова компанія продає замовнику продукти за цінами нижчими, ніж ресторанні. Найчастіше торгова надбавка складає не більше 5 %. У випадку вибору замовником першого варіанту, кейтерингова компанія може рекомендувати йому своїх постачальників алкогольної продукції, які реалізують її на пільгових умовах.

Виробництво кулінарної продукції відповідно до меню заходу, а також порціонування та оформлення більшості страв здійснюється у власних спеціально обладнаних виробничих приміщеннях. Готові холодні закуски та страви викладаються на блюда, запаковуються за допомогою харчової плівки, що сприяє збереженню зовнішнього вигляду та свіжості продукції. На кожному тарілці (блюдо) прикріплюється записка із зазначенням кількості виробів в упаковці. Деякі страви нескладного приготування порціонують та оформляють на місці проведення заходу у доготівельних приміщеннях безпосередньо перед подаванням. Важливим є забезпечення відповідної температури подавання страв та напоїв, строків їх реалізації та якості готової продукції. Для цього кейтерингова компанія повинна бути забезпечена засобами накопичення та транспортування страв, відповідним посудом, який не б'ється, тарою, яка тривалий час зберігає температуру і є зручною в експлуатації. Доставку готових гарячих страв можуть здійснювати в термоконтейнерах, мармітах, спеціальних термосах, термоапаратах, які здатні підтримувати температуру продуктів

протягом 2-3 годин. Крім того, на місці можна використати пересувні марміти для розігрівання страв, а в деяких випадках може бути організована пересувна кухня, оснащена плитами, жаровими шафами, фритюрницями, електрогрилями, столами, сміттєзбірниками тощо. Іноді, коли місце виїзного обслуговування знаходиться на значній відстані від ресторану за спеціальним замовленням, до приготування страв і напоїв може бути залучений заклад ресторанного господарства, який знаходиться неподалік. Приготуванням страв може займатися інший заклад також у випадку, коли кейтеринговій компанії замовляється лише обслуговування заходу, а приготування страв не входить в її обов'язки. При цьому взаємодія між вищеназваними закладами здійснюється на договірних засадах.

Готова продукція повинна доставлятися на місце проведення заходу за 1-2 години до початку банкету. Розпаковування та оформлення страв здійснюють у спеціально відведеному приміщенні. Кухарі розкладають вироби на тарілки та блюда, дорізають деякі продукти, прикрашають та оздоблюють страви. З метою скорочення часу на приготування та оформлення страв кейтерингові компанії розробляють власні картки-схеми оформлення салатів та інших страв, на яких умовними позначками зазначено склад сировини та спосіб їх розміщення в салатнику чи на блюді. Деякі страви, такі як шашлик, барбекю, юшка тощо, готуються безпосередньо на місці. Готова продукція подається на столи, попередньо розміщені на території проведення заходу, сервіровані та оформлені.

Враховуючи специфічні особливості виробництва, транспортування та реалізації продукції харчування під час виїзного обслуговування, великого значення набуває контроль за якістю виготовленої продукції. Дотримання санітарно-гігієнічних умов на робочих місцях також є запорукою забезпечення якості страв. Важливе значення також має дотримання особистої санітарії та гігієни виробничим, допоміжним та обслуговуючим персоналом, забезпечення їх спецодягом. Крім того, перед кожним заходом проводиться інструктаж з техніки безпеки, враховуючи особливості території, на якій організовується банкет.

1.1.3. Обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг

Кейтерингові послуги поділяються на основні (приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів, барменів) та додаткові (організація культурного дозвілля та дизайнерська робота при оформленні приміщень, де буде проводитись замовлений банкет, прибирання приміщення після банкету тощо). Кейтерингова компанія виконує роль посередника або повністю бере на себе забезпечення основних і додаткових послуг. У першому випадку організатор кейтерингового обслуговування дає зацікавленим замовникам координати декількох музичних груп, ведучих вечорів, клоунів, дизайнерів, флористів, фірм, які займаються прокатом теплоходів, весільних аксесуарів та ін. У другому випадку вони особисто

можуть домовлятися про умови надання додаткових послуг та їх оплату, позбавивши замовника від зайвих турбот.

Комплексність кейтерингових послуг прямо пропорційно залежить від фінансових можливостей замовника. Вартість замовлення кейтерингової компанії залежить від наступних факторів:

- ✓ рівня кейтерингової фірми (класу та типу базисного закладу);
- ✓ кількості гостей (чим більше персон обслуговується на банкеті, тим дешевше обходиться частування для кожного з гостей).

Залежно від виду заходів, фінансових можливостей замовника кейтерингова компанія може запропонувати асортимент послуг, перелік яких наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Види заходів та асортимент кейтерингових послуг

Назва заходу	Характеристика послуг
Корпоративні свята, ювілеї фірм	<ul style="list-style-type: none"> - фуршетне меню - встановлення звукового та світлового обладнання - організація шоу-програми - запрошення музичного гурту, артистів, ведучого - оформлення приміщення - організація обслуговування - спец. ефекти
Фуршети після семінарів, виставок, презентацій	<ul style="list-style-type: none"> - фуршетне меню - оформлення столів - організація обслуговування
Приватні свята	<ul style="list-style-type: none"> - банкетне меню - запрошення ведучого вечора - встановлення звукового та світлового обладнання - організація розважальних програм - оформлення приміщення - організація обслуговування - спец. ефекти
Весілля	<ul style="list-style-type: none"> - спеціальне весільне банкетне меню - відповідне оформлення приміщення - організація обслуговування - розробка індивідуального сценарію - послуги ведучого вечора та артистів - встановлення звукового та світлового обладнання - спеціальні ефекти та сюрпризи тощо

Зважаючи на те, що кейтерингове обслуговування часто проходить поза межами підприємств ресторанного господарства, менеджеру необхідно

завчасно виїхати на місце проведення заходу та визначити межі території чи будівлі, які відведені під організацію свята, місця розміщення фуршетних (банкетних) столів, розробити план-схему, улагодити питання водозабезпечення, електропостачання, кондиціонування, аварійних виходів, пожежної та екологічної безпеки, розташування на місці проведення заходу приміщень для персоналу, доготівельних приміщень тощо.

У випадку проведення заходу на відкритому повітрі передбачається зведення над столами шатрів, встановлення тентів для захисту гостей і продуктів від сонячних променів та можливих опадів. Підсобні приміщення рекомендується розташовувати таким чином, щоб можна було забезпечити зручний їх зв'язок із територією (майданчиком) для обслуговування гостей.

Особливу увагу необхідно приділити написанню сценарію підготовчих робіт та самого свята із зазначенням часу виконання всіх операцій. У випадку, коли заплановано масовий та важкий з точки зору оформлення захід, підготовка до нього починається ввечері попереднього дня. Для кожного заходу розробляється індивідуальний план, який дозволяє чітко скоординувати роботу офіціантів і барменів. Додатково для зручності роботи офіціантів передбачають складання план-схеми сервірування банкетних столів, на якій вказується розміщення столового посуду, страв, декорацій тощо. Підготовка до проведення заходу вважається закінченою після того, як столи оформлені і сервіровані, а обслуговуючий персонал одягнув форму.

При проведенні повносервісного кейтерингового обслуговування дуже важливими є правильна організація зустрічі гостей та їх розміщення за столом. Для обслуговування гостей передбачається відповідна кількість офіціантів: 1 офіціант на 10-15 гостей на банкеті-фуршеті та 6-7 гостей на банкеті за столом. Офіціанти працюють бригадами на чолі з бригадиром (один бригадир на 5-10 чоловік), якого перед початком заходу призначає менеджер. Бригади офіціантів розподіляються по секторах залу (майданчику), за обслуговування яких вони надалі відповідають. При обслуговуванні офіціанти працюють за загальною схемою: подають страви та напої, слідкують за чистотою столів, прибирають використаний посуд. Кожний офіціант є відповідальним за окремий стіл (столи), але у разі необхідності може допомагати іншим. Паралельно в доготівельному приміщенні працюють кухарі, які дооформляють страви та відпускають їх офіціантам, і бармени, які готують алкогольні та безалкогольні напої до подавання. Увесь час проведення заходу менеджери здійснюють координацію роботи обслуговуючого персоналу, вирішують поточні питання і проблеми, які виникають у процесі обслуговування.

Після завершення заходу обслуговуючий персонал прибирає використаний посуд, роздрапіровує столи, збирає меблі, пакує в коробки, транспортує на склад, проводить часткове прибирання приміщення та ін. Кейтерингова компанія також може взяти на себе обов'язки з вивезення сміття, організувати прибирання приміщення.

1.1.4. Матеріально-технічне забезпечення кейтерингового обслуговування

Для здійснення кейтерингового обслуговування обов'язковою повинна бути наявність певної матеріально-технічної бази. До того ж замовники при виборі кейтерингової компанії віддають перевагу тій, яка повністю забезпечена всім необхідним.

Виїзне обслуговування неможливо організувати без наступних предметів матеріально-технічного забезпечення:

- кухонне устаткування та інвентар для приготування продукції;
- обладнання та посуд (ємності) для транспортування готової продукції та напівфабрикатів;
- столи, стільці, інші меблі для проведення заходів;
- столовий посуд, набори, інші предмети сервірування столів, столова білизна, таці тощо;
- предмети декору та оформлення приміщень;
- форма обслуговуючого персоналу;
- звуко- та світлоапаратура;
- меблі та інше обладнання, тенти і палатки для проведення заходів на природі, а також інше допоміжне устаткування й обладнання.

Для якісного та повносервісного обслуговування споживачів використовується велика кількість посуду з прозорого та кольорового скла підвищеної міцності, великий вибір білих та кольорових скатертин, металевих таць, стійок, столів, стільців, вішалок, тентів тощо. За бажанням замовника та враховуючи тематику й особливості банкету відповідно стилізується оформлення приміщень. Для цього підбираються відповідні меблі, посуд, столова білизна, спеціальний одяг для офіціантів, якщо необхідно, то роблять замовлення на їх виготовлення. Іноді за бажанням замовника при обслуговуванні заходів на природі може використовуватися одноразовий посуд.

Для раціональної організації роботи складського господарства та зручності транспортування інвентарю для виїзного обслуговування кейтерингові компанії повинні дотримуватися певних вимог зберігання предметів матеріально-технічного забезпечення:

- пластикові меблі рекомендується зберігати розібраними: окремо стільниці та ніжки, упаковані в самоклеючу плівку;
- тарілки, таці, блюда доцільно зберігати у картонних коробках з написами, розфасовані за видами;
- скло доцільно зберігати у картонних коробках, кожна з яких маркується з назвою виробів та їх кількістю;
- тенти потрібно зберігати у складеному вигляді в мішках;
- білизну та спецодяг - у пластикових коробках та мішках.

Дотримання вищенаведених рекомендацій щодо зберігання предметів матеріально-технічного забезпечення дозволяє легко знайти потрібний інвентар та транспортувати його на місце проведення заходу.

Відвантаження предметів матеріально-технічного забезпечення певної кількості та найменування залежно від виду та масштабності заходу здійснює

матеріально-відповідальна особа за затвердженою керівництвом заявкою. Транспортування предметів матеріально-технічного забезпечення до місця проведення заходу здійснюють завчасно (за день, за декілька годин - залежно від характеру свята та території, на якій воно буде проводитися), оскільки процес приготування приміщення або території є досить тривалим. У процесі транспортування важливо, щоб обладнання не зламалося, а посуд залишився цілим або його втрати були якнайменші. Для транспортування предметів матеріально-технічного забезпечення до місця проведення заходу і назад може використовуватися власний транспорт або залучатися (орендуватися) вантажні машини. Після завершення заходу використаний посуд, столову білизну, предмети сервірування та декорування укладають в ящики, столи розбирають, сцену, обладнання та устаткування демонтують. Перевіряється кількість предметів матеріально-технічного забезпечення, їх стан, визначається кількість битого посуду і скла, поламани меблі тощо. Як правило, витрати, пов'язані з боєм та ломом вищеназваних предметів, відшкодовує замовник, тому дуже важливо провести відповідні підрахунки одразу після завершення заходу. Усі предмети матеріально-технічного забезпечення транспортують до кейтерингової компанії для санітарної обробки. Лише після санітарної обробки матеріально-відповідальна особа здійснює їх приймання, фіксуючи кількість та якість інвентарю, посуду, обладнання, меблів. За необхідності плануються реставраційні та ремонтні роботи.

1.1.5. Вимоги до персоналу служби кейтерингу

Для організації заходу кейтерингова компанія повинна мати кваліфікований персонал (менеджерів, кухарів, офіціантів, барменів, дизайнерів тощо). Мінімальна чисельність штату служби кейтерингу – дві особи: шеф-кухар та сервіс-менеджер. Решта персоналу може за необхідності найматися для проведення конкретного заходу.

Кейтерингова компанія може формувати власні трудові ресурси або залучати необхідних фахівців для проведення заходу, підтримуючи з ними тісні зв'язки. Особливість організації кейтерингового обслуговування потребує оперативного формування робочої команди за першої необхідності та у певному складі, оскільки замовлення на кейтерингові послуги надходять несистематично та нерівномірно.

Одним із багатьох факторів, які впливають на успіх та якість кейтерингових послуг, є професіоналізм персоналу. Розмір і специфіка заходу мають безпосереднє відношення до визначення кількості працівників, рівня їхніх знань та навичок, а також форми банкетного обслуговування, що буде запропоноване замовнику.

Перед проведенням кейтерингового обслуговування кожний працівник повинен отримати чіткі вказівки щодо своєї роботи для точності та повноти її виконання. Це дозволяє розподілити обов'язки між усіма працівниками та легко зробити підсумки проведеної роботи.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Дайте загальну характеристику кейтерингового обслуговування.
2. Назвіть та охарактеризуйте основні види кейтерингу.
3. Назвіть основні групи споживачів кейтерингового обслуговування.
2. За якими ознаками класифікується кейтерингове обслуговування?
3. Назвіть вимоги до складання меню при кейтеринговому обслуговуванні.
4. Назвіть та охарактеризуйте основні етапи підготовки до повносервісного кейтерингового обслуговування.
5. Назвіть особливості обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг.
6. Назвіть особливості підготовки персоналу служби кейтерингу до обслуговування.
7. Вкажіть переваги кейтерингового обслуговування порівняно з класичним обслуговуванням споживачів.
8. Охарактеризуйте матеріально-технічну базу організації виїзного обслуговування.
9. Назвіть вимоги до вибору території для проведення кейтерингового обслуговування.
10. Назвіть фактори від яких залежить вартість кейтерингової компанії.
11. Охарактеризуйте принципи розташування кейтерингового обладнання та підсобних приміщень.

Тестові завдання:

- 1 Слово «кейтеринг» походить від англ. дієслова «cater», яке в перекладі означає**
 - 1) поставляти провізію, обслуговувати споживачів;
 - 2) ресторанне господарство;
 - 3) ресторанний бізнес.
- 2 «Public catering» - це**
 - 1) ресторанне господарство;
 - 2) обслуговування споживачів;
 - 3) поставка провізії.
- 3 «Catering trade» - це**
 - 1) ресторанне господарство;
 - 2) обслуговування споживачів;
 - 3) ресторанний бізнес.
- 4 Суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що кейтерингова компанія**
 - 1) забезпечує замовнику доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце;
 - 2) забезпечує замовнику приготування, доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце, ресторанне обслуговування святкового заходу;
 - 3) забезпечує послуги харчування замовнику.

- 5 Кейтерингове обслуговування споживачів на вітчизняному ринку ресторанного господарства почало бурхливо розвиватися**
- 1) у 70-х рр. ХХ ст.;
 - 2) у 80-х рр. ХХ ст.;
 - 3) у 90-х рр. ХХ ст.
- 6 Найбільш популярний в індустрії харчування**
- 1) кейтеринг поза рестораном;
 - 2) кейтеринг в приміщенні;
 - 3) соціальний кейтеринг.
- 7 До корпоративних клієнтів відносять**
- 1) фірми, установи, підприємства;
 - 2) спілки, фірми, установи;
 - 3) асоціації, спілки, фірми.
- 8 За повнотою наданих послуг кейтерингове обслуговування поділяється на**
- 1) напівсервісне, повноцінне;
 - 2) сніданок, обід, вечеря;
 - 3) повносервісне, обслуговування готовими продуктами.
- 9 При кейтеринговому обслуговуванні готовим продуктами**
- 1) обслуговування готовими стравами в місці замовлення;
 - 2) ресторан виготовляє і реалізує страви, але не бере участі в обслуговуванні;
 - 3) обслуговування фаст-фудом.
- 10 Недолік ресторанного виїзного обслуговування полягає в тому, що цей вид послуг, несе**
- 1) великі витрати з оплати лізингу (приміщення, обладнання), страховки, накладних та виробничих витрат;
 - 2) високі витрати на транспортні засоби та спеціальне обладнання для зберігання та доставки страв, кулінарних і кондитерських виробів, напоїв;
 - 3) великі витрати на комунальні послуги.

1.2. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства сучасних форматів (концепцій)

1.2.1. Сучасні формати ресторанного господарства

Fast Casual – "швидкий та демократичний" – цей формат є найбільш перспективним як в Європі, так і в Україні. Даний формат середній між фаст-фудом і демократичним рестораном, він дуже швидко зростає та набуває популярності в індустрії ресторанного господарства. Головною перевагою є те, що в даному форматі надається можливість в одному закладі за порівняно невелику ціну і поїсти і приємно провести час. Особливістю таких закладів є, смачніша і різноманітніша їжа, ніж у фаст-фуді, і швидше обслуговування, ніж у ресторані. Для відкриття Fast Casual потрібні невеликі за площею приміщення та наявність фабрики-кухні. Це вигідно відображається на вартості оренди, що дає можливість рестораторам робити свій бізнес прибутковішим для себе та привабливішим для своїх відвідувачів. Такий формат закладу об'єднує наявність багаторазового посуду і стильні, сучасні інтер'єри. Кожна страва готується індивідуально, згідно за бажанням кожного клієнта, при приготуванні використовуються продукти та інгредієнти вищої якості та делікатеси. Спільні риси з фаст-фудом – обмежене та просте меню, швидкість обслуговування, невисока ціна, стандартизація управлінських процесів, демократична атмосфера, меню і дизайн інтер'єру. Поширеніший мережевий формат із можливим використанням франчайзингу.

Restaurant Quick Service - ресторани швидкого обслуговування. Відрізняються особливою обслуговуванням офіціантами споживачів за столиками, але відбувається це швидше, ніж в інших ресторанах. В меню зазвичай представлені ті ж позиції, що і в ресторанах іншого типу, але в обмеженому асортименті. Заклади ресторанного господарства такого рівня працюють на власних напівфабрикатах високого ступеня готовності, і за рахунок чого, забезпечують своїм гостям незмінну якість та швидкість обслуговування. Такий формат актуальний для проведення ділових зустрічей та ланчів, місця розташування – це ділові центри, офісні будівлі.

Casual Dining (демократичні ресторани) - до цього формату входять усі демократичні заклади, від кафе-кондитерських до барів та нічних клубів. При відкритті ресторану такого класу, перш за все, необхідно визначити, на кого він розрахований та в якому місці буде розташований. Сучасні споживачі ресторанних послуг поділяються на певні категорії за своїми перевагами. Деякі ходять до ресторанів виключно поїсти, для інших найважливішим буде саме атмосфера закладу, для когось – яка саме кухня представлена в тому або іншому місці, деякі приходять відпочити та розважитися. Враховуючи ці показники, треба вибирати концепцію планованого ресторану. Найпопулярнішими концепціями в даному форматі це кондитерська, кав'ярня, пивна, бар, національний ресторан, стейк-хаус. Перевагами таких закладів ресторанного господарства є зростаюча тенденція популярності та невеликі витрати, на відкриття закладу.

Вуличний фаст-фуд (Street food) - "вулична їжа" - автобуфети, тонари, будь-яка вулична торгівля, що спеціалізується, найчастіше, на монопродукті.

Стріт фуд – найкраще рішення для втамовування голоду в обідню перерву. Перекусити або пообідати можуть будь-які категорії населення. Оптимальним стріт фуд є для студентів і учнів шкіл. Вуличні підприємства харчування можуть бути представлені у вигляді кіосків, фургонів, павільйонів, пересувних прилавків тощо.

Кожне підприємство може мати свою концепцію, що буде ще більше приваблювати споживачів. Частіше за все в таких підприємствах харчування продають невеликий асортимент продукції, це можуть бути: чебуреки, шаурма, сандвічі, бургери, страви з картоплі фрі або печеної картоплі, пиріжки, пончики, слойки і т.п.

До стріт фуда відноситься і так звана «весела їжа» - це попкорн (солодкий і солоний), чіпси, снеки, солодка вата.

Поряд із такими точками практично не організовано місце для споживання купленої продукції, і розраховано на те, що покупець забирає всю покупку з собою або їсть на ходу. Негласним правилом вуличного фаст-фуду є "правило однієї руки" – передбачається, що людина, що купила собі їжу в точці стріт фуду, може тримати замовлення однією рукою, а друга при цьому буде вільна. Тому скрізь прагнуть створити зручну для цього упаковку.

Стріт фуд є перспективним напрямком розвитку підприємств ресторанного господарства, особливо в Україні. Переваги стріт фуда є доступність і максимальна близькість до людей, як і в обслуговування, так і в ціновому сенсі, не надто дороге оснащення, легке в управлінні підприємство та його висока мобільність.

Фаст-фуд (Fast food) – "швидка їжа" – підприємства швидкого обслуговування. Покупець робить замовлення, оплачує його і потім отримує. Підприємства даного формату теж спеціалізуються на монопродукті, і також пропонують своїм відвідувачам і додаткові - спеціальні пропозиції, сезонні меню, новинки. Дані підприємства можуть бути окремими будівлями або частиною інших будівель, мають торговий зал для відвідувачів, передбачається самообслуговування. (Макдональдс).

Як правило фаст-фуди працюють на напівфабрикатах, які мають високу ступінь готовності і тому не треба довго чекати на приготування замовлення.

Однією з особливостей фаст-фудів є жорстка стандартизація, тому що більшість з них працюють по франчайзингу або розвивають власну мережу фаст-фудів. Стандартизації підлягає майже все: інтер'єр, форма персоналу, мебель, реклама, технічне оснащення тощо.

Приміщення фастфудів зазвичай має бути в місцях великого потоку людей, аби заклад був успішним. Найкраще розміщення біля станцій потягів, автовокзалів і т.п.

Основними перевагами фаст-фудів є просте і зрозуміле меню, доступна ціна, висока швидкість обслуговування та зручне місце розташування.

Фуд-корт (Food Court) – "ресторанний дворик". особливістю фуд-корта є організація великої кількості точок харчування в одному місці, наприклад, у

торгівельному або розважальному центрі. Такий формат гарантує менші витрати на організацію бізнесу та велику кількість споживачів. У такому форматі можуть бути присутніми та поєднуватися як підприємства стрит-фуду, таі підприємства фаст-фуду.

Фрі-флоу (Free flow) – "вільний доступ". Цей формат має на увазі вільне переміщення гостей торговим залом із можливістю самостійного вибору страв, що готуються в їх присутності. Основними перевагами таких закладів є великий асортимент страв, демократичні ціни, велика пропускна спроможність.

Елітні ресторани (Fine Dining) - це ресторани преміум класу. Як правило вони знаходяться в історичних районах центральних частин міста. Головним в ресторані високої кухні є наявність кваліфікованого шеф-кухара, авторська кухня, винна карта з колекційними винами, вишукані методи подачі страв. На сучасному ринку такі ресторани існують більше для престижу, ніж для отримання прибутку. Їхні переваги це дорогий вишуканий інтер'єр, створений кращими дизайнерами за останніми примхами моди, кваліфікований персонал, відмінна кухня та величезний асортимент напоїв.

Родинний ресторан – заклад харчування для всієї родини. Демократичний ресторан з затишною атмосферою, дитячими кімнатами та майданчиками, аніматорами, дитячим меню. Атмосфера в таких закладах зазвичай доброзичлива, родинна, спокійна. У таких підприємствах дуже комфортно відмічати родинні банкети і свята, або просто повечеряти в затишній обстановці всію родинною.

Дані статистики свідчать про те, що ресторатори поступово відмовляються від елітної публіки та переходять на масові формати. Набільше прагнучи максимально задовольнити потреби споживачів навіть в умовах кризи, ресторатори поступово переходять в якийсь вироблений власний формат, який не зовсім вписується в загальноприйнятту класифікацію підприємств ресторанного сегменту.

Більшість підприємств орієнтується на демократичну публіку. За висновк експертів які вважають, що заклади преміум класу на ринку майже вичерпали себе: вони найбільш концептуальні, консервативні та заповнені, тому великого зростання їх передбачається.

Бажаючи зберегти кухню та максимально прискорити процес обслуговування споживачів, ресторани переходять на якийсь гібрид - "швидкий і демократичний" (quick&casual). Такі заклади займають проміжне положення в класифікації підприємств ресторанного господарства між закладами швидкого обслуговування та демократичними ресторанами. Відрізнити гібрид від фаст-фуду можна за декількома ознаками, наприклад застосування напівфабрикатів власного виробництва, виготовлення випічки, регулярне оновлення страв меню, наявність дитячого меню, надання додаткових послуг (безкоштовна парковка, преса, їжа на винос, послуги інтернету, кейтеринг та ін.). Зручне швидке обслуговування в такому закладі здійснюється за рахунок того, що в одній будівлі ресторану може бути розміщено декілька залів різноманітної кухні, і гість легко може обслужити себе без допомоги офіціантів і не розплачуватися протягом усього вечора, а зробивши це один раз на виході із закладу.

Quick&casual стає дуже популярним, запозичуючи все краще у фаст-фуді. Демократичним цінам сприяє те, що в таких закладах практикується спрощена рецептура виробів та встановлюються нижчі націнки на страви. Висновки експертів ресторанного ринку свідчать, що найближчими роками число таких ресторанів збільшиться у декілька разів, що зумовить жорстку конкуренцію.

1.2.2. Організація обслуговування в заміських закладах ресторанного господарства

Привабливість «заміського ресторанного бізнесу» особливо стає очевидною з першими літніми днями, коли кількість відвідувачів у заміських закладах значно перевищує їх кількість у «міських». Саме тому, в останні роки значно збільшилася кількість заміських закладів ресторанного господарства.

Усі заміські заклади ресторанного господарства можна розділити на дві групи. До першої відносяться заклади, що орієнтуються на проїжджаючих по трасі, тобто придорожні заклади ресторанного господарства (кафе, бістро, закусочні, шашличні, точки при АЗС і т.д.). Їх відмінною характеристикою є те, що вони менше заміських ресторанів (як правило, в них не більше 100 місць, тоді як в найбільших заміських ресторанах може досягати 500-800 місць з урахуванням літнього майданчика) та відвідуваність у будні тут значно вище, ніж у вихідні.

До другої відносяться заклади орієнтовані, насамперед, на жителів довколишніх міст. Вони передбачені для організації «заміського відпочинку», часто з сім'єю або друзями, на весь уїк-енд, з наданням рестораном готельних номерів спектру допоміжних послуг: сауну, походу в міні-зоопарк, верхової їзди, басейну і т.д. Заміські заклади ресторанного господарства в більшості випадків розгортаються в цілі комплекси, займаючи немаленьку територію і пропонуючи вражаючий набір різноманітних послуг. У цьому випадку місце розташування далеко не обов'язково може бути власне придорожнім – цільова поїздка саме в якийсь певний заклад цілком дозволяє складні заїзди за кілька кілометрів від основної траси, хоча місце розташування на головній трасі, безсумнівно, вигідно і зручніше. Для заміського закладу ресторанного господарства значно більше значення, ніж для придорожнього кафе, має кухня – хоча в порівнянні з «міськими» закладами вона все-таки в 95 % випадків є більш спрощеною і демократичною.

Слід відзначити декілька очевидних моментів. По-перше, місткість. Вона однозначно більше, і набагато, ніж у закладах в межах міста – жодний міський заклад не може собі дозволити ні територію в три гектари, ні місткість під тисячу місць. По-друге – сезонність. По суті, заміські ресторани починають велику гру тільки з відкриттям літнього майданчика, взимку їм досить-таки складно залучити споживачів. З іншого боку, при грамотній постановці бізнесу заміський ресторан за літо не просто успішно відбиває фінансові втрати від зимового простою, але і залишається зі значним прибутком. А якщо зуміти домогтися того, щоб у заміському ресторані взимку було не менше відвідувачів, ніж у міському (це дуже важко), то він буде заробляти значно більше, ніж

аналогічний за рівнем міський заклад, – за рахунок річного аншлагу і завантаження. Варто врахувати ще й третій важливий момент - ціни. У порівнянні з міськими закладами цінова політика заміських ресторанів, навіть елітних, більш демократична (у середньому на 10-15 %).

Складно визначити, чи достатньо заміських ресторанів і наскільки серйозна конкуренція: оскільки заміські заклади продовжують відкриватися, можна зробити висновок, що до повного «насичення» ще далеко. Звичайно, є й невдалі проекти, але в цілому, заміські ресторани можуть продовжувати відкриватися - людям завжди цікаві нові заклади, нові цікаві концепції. Головне - зайняти свою нішу і стати не просто популярними на хвилі інтересу до нового закладу, а користуватися стабільним попитом у гостей.

Щодо «земельних питань», тобто оптимальної площі, територіальної віддаленості від великих міст тощо, можна дати тільки дуже усереднені рекомендації – тут все залежить від конкретної концепції. Приміром, якщо буде створено класичний заміський ресторан, переважно орієнтований на жителів довколишнього міста, то його віддаленість не повинна становити більше 30 км, щоб дорога з міста займала не більш півгодини.

Якщо ж планується відкрити точку для проїжджаючих автомобілістів, то близькість до міста взагалі не так критична. Єдине, що рекомендується, обґрунтовуватися все ж поблизу хоч якого-небудь населеного пункту – села, смт: «стояти в чистому полі» не дуже-то оптимально хоча б з тієї точки зору, що потенціальним відвідувачам буде складно пояснити ваше місце розташування.

Територія, рекомендована для заміського ресторану, повинна становити не менше гектара, оскільки лише на такій території можна розмістити не тільки ресторан, а цілий комплекс з додатковими спорудами, які будуть приносити відповідно додатковий прибуток. Придорожні заклади ресторанного господарства, зазвичай обходяться куди меншою площею. Дуже важливий момент, на який слід звернути увагу при підборі території: її мальовничість та навколишній вигляд. Бажаними є наявність лісу, ставку або хоча б площі та природних умов для їх штучного «облаштування» фахівцями з ландшафтного дизайну.

При проектуванні заміського ресторану, деякі підприємці допускають помилку, в першу чергу виділяють дуже маленьку площу під основну будівлю і при цьому планують максимально розширювати літній майданчик. Досвід показує, що найбільш ефективний варіант – розвивати «внутрішню» і «зовнішню» частини в комплексі, таким чином виділяючи кожній частині закладу достатню площу. Так само не слід забувати, що при плануванні заміського ресторану не надто потрібно захоплюватися його максимальною місткістю, заповнюючи кожен квадратний метр різноманітними альтанками, будиночками, терасами і т.п. Багатолюдність фінансово вигідна для ресторатора, але створює неприємне враження у споживача.

Розміщення заміського ресторану залежить від концепції. Досвід показує, що можна успішно працювати і на великому віддаленні від міста - 70-80 км, якщо, наприклад, заклад розташовується на транспортній магістралі і

практично всі споживачі – зголоднілі і втомлені автомобілісти. Якщо заклад має «глибокий якір», можна працювати і зовсім в глушині – наприклад, зв'язка «ресторан - готель - мисливські угіддя». У цьому випадку зайві 50-100 км взагалі не грають ролі.

Одна з найбільш помітних тенденцій останніх декількох років – загальне укрупнення підприємств ресторанного господарства, а в тому, що в більшості випадків більше послуг = більше доходів. Приміром, готельні номери: в основному клієнти ресторану та готелю перетинаються, тобто відвідувачі ресторану часто залишаються ночувати в готелі, а якщо людина вирішила зупинитися в готелі, то вона з великою часткою ймовірності зайде і в ресторан. А якщо враховувати, що номер - напівлюкс коштуватиме, як мінімум, \$ 100 в добу (\$ 10 на годину), виходять непогані додаткові прибутки. Те ж стосується і сауни (близько \$ 20 на годину). Вибір величезний: верхова їзда, рибна ловля у власному ставку, човнова станція, прогулянки на каретах, квадроцикли, різноманітні спортивні радості (більярд, гольф, волейбол, пейнтбол тощо) - все це дуже популярно влітку і істотно збільшує прибутковість закладу. А ось парковку, міні-зоопарк, дитячу кімнату, танцмайданчик, пляж, басейн прийнято робити безкоштовними.

Звичайних готелів багато, а от можливість зняти собі цілий будиночок - це незвично і подобається гостям. Тому деякі замські ресторатори будують окремі будиночки-котеджі, а не готельні номери в одній будівлі з рестораном.

Святкування днів народжень, весіль, ювілеїв, корпоративних вечірок та інших фуршетно-банкетних заходів – це ще одна дуже важлива стаття доходів замського ресторану, який завдяки великій території, значної місткості, близькості до природи і відносній віддаленості від цивілізації є практично ідеальним закладом для подібного роду подій. У ту ж графу можна записати і кейтеринг, тобто виїзне обслуговування. До речі, часто банкети і фуршети в чому виручають замські заклади під час зимового затишшя.

Є своя специфіка і в системі поставок продуктів, причому ця специфіка проявляється тим сильніше, чим далі заклад від великих обласних центрів - в глушині дістати необхідні продукти в необхідних обсягах незрівнянно важче. Звичайно ж, сильно виграють великі мережевіки – у них інші можливості та інші потужності, так що іноді й «заполярне» місце розташування не перешкода. Поставки продуктів здійснюються з тією ж частотою, що і для звичайного міського ресторану: поставка продуктів в замський ресторан для постачальників зазвичай не представляє жодної проблеми. Таким чином, ресторатори зазвичай закупають все по мінімуму, але щодня, і робити тижневі запаси продуктів, немає сенсу. Деякі постачальники забезпечують поставки по всій Україні. Ті заклади, які знаходяться близько до міста (в 40-кілометровій зоні), забезпечуються точно так само, як і міські заклади. А ось з більш віддаленими ресторанами можуть бути складності. В принципі, враховується те, що кухня у таких закладів не екзотична, звичайна українська, тому багато чого можна купити на ринках у місцевих мешканців.

У рекламній політиці замських ресторанів яких характерних особливостей також не спостерігається. Єдине, що в силу орієнтування на

постійних відвідувачів вони дають масовану рекламу тільки в перший час після відкриття, а коли клієнтура вже напрацьована, потихеньку її згортають і переходять на підтримуючий імідж. Орієнтація на сімейну та ділову аудиторію, звичайно, позначається на виборі рекламних носіїв.

Розроблений комплекс рекламних та маркетингових комунікацій заміського ресторану включає, по-перше, рекламу в пресі (видання для всієї родини, ділові ЗМІ), роздатковий матеріал (візитки, флаєра та ін). Видання декларуються як всеукраїнські. По-друге, використовується радіо або телебачення для анонсування новинок або свят. По-третє, зовнішня реклама використовується як покажчики і розміщується на під'їздах до комплексу.

Ще один найбільш дієвий фактор реклами – «поради друзів, знайомих». Ресторатори підтвердять виняткову ефективність реклами «сарафанного радіо». Але все ж таки традиційна реклама теж дієва, адже вона працює навіть постфактум: спостерігаючи постійну рекламу певного ресторану, гості переконуються в правильності свого вибору. Сімейна аудиторія залучається таким же чином, як і будь-яка інша. Найголовніший фактор в такому закладі – це послуги для всієї сім'ї без винятку: окрім відпочинку для батьків має бути наявність дитячого меню, дитячого ігрового майданчика, гувернантки, які не тільки доглянуть дітей, а ще й будуть з ними грати. Зазвичай в таких закладах проводяться різноманітні акції напередодні свят. Крім того, для постійних клієнтів доцільно передбачити дисконтну систему.

1.2.3. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства з національними кухнями

Кожна країна має найрізноманітніші заклади ресторанного господарства, у яких кожний відвідувач зможе задовольнити свої кулінарні потреби, не залежно від його смакових пристрастей і національності. Практично в будь-якому великому місті, поряд з багатопрофільними ресторанами, функціонують національні ресторани, що пропонують страви традиційної кухні тієї чи іншої країни. Головна їхня відмінність у тому, що спеціалізуються національні ресторани на приготуванні страв певної країни і не зачіпають інші кулінарні напрямки. Зокрема, в таких закладах створюється своєрідний шматочок колориту країни, у якому присутні найголовніші її символи.

Адже вибраний пріоритет в кухні передбачає суворе дотримання не тільки складу меню, а й дотримання правил приготування, застосовуваним в країні, і застосування національних продуктів. Тим більше, що кожен ресторатор, що відкриває подібний заклад, сильно ризикує. Є велика ймовірність, що істинно англійська або японська кухня не припадуть до смаку громадянам його країни. Це все пов'язано з традиціями і культурою, а також пристрастями в їжі.

Ще на стадії планування, організатори ресторанів національної кухні досконально зважують за і проти, адже вони не можуть робити ставку виключно на діаспору, нехай навіть досить численну. Їм треба спланувати ряд дій, розрахованих на популяризацію власної національної ідеї, точніше - її

гастрономічної складової і серед основного народонаселення, які інструменти PR вони задіють для цього.

Продумана PR - політика сприяє створенню сприятливого іміджу ресторану національної кухні, налагодженню більш тісного зв'язку з клієнтською базою і, як наслідок, просуванню ресторану.

Перше завдання PR національної кухні, полягає у поширенні правильної інформації серед етнічних мас про ресторан, концепцію, інтер'єр, атмосферу, високий професіоналізм шеф-кухаря і персоналу, збалансованість меню, винної карти, якість використовуваних продуктів, гарний сервіс, увагу до відвідувачів, потужності, можливості виробництва, технології. Виконання цього завдання сприяє формуванню позитивного іміджу ресторану. Друге завдання PR - встановлення контактів з найбільш важливими групами: не тільки потенційними гостями, а й постачальниками, контролюючими органами, навіть власним персоналом. Для досягнення ефективності ресторанного бізнесу важливо забезпечити взаєморозуміння і співпрацю між менеджментом закладу і цими групами.

Головною персоною в ресторані з національною кухнею є, звичайно, шеф-кухар. Ці майстри своєї справи затребувані на ринку праці і за свою роботу отримують хорошу винагороду.

Кухарі, що спеціалізуються на національній кухні, користуються підвищеним попитом, тому, щоб залучити такого фахівця, одним оголошенням не обійтися.

Ефективними методами залучення кандидатів на посаду шеф-кухаря можуть бути прямий пошук, залучення іноземних фахівців, регіональний пошук.

Якщо обрано популярні сьогодні італійську або японську кухню, то проблем з пошуком фахівця буде менше, ніж з пошуком шеф-кухаря для якоїсь екзотичної кухні (наприклад, марокканської) - українські кухарі вже освоїли популярні національні кухні. При пошуку шеф-кухаря для рідкісної національної кухні може виявитися так, що знаючих і практикуючих цю кухню взагалі немає в країні, або кількість таких фахівців обмежена. У даному випадку пошук може затягтися на невизначений термін, а вартість підбору може виявитися у кілька разів вище.

Шеф-кухар займається не тільки розробкою меню, на початковому етапі він може допомогти вибрати обладнання, укомплектувати персонал кухні, проаналізувати актуальність концепції та її перспективи. Тому бажано визначитися з цією ключовою фігурою якомога раніше.

Етнічні ресторани відрізняються тим, що намагаються максимально додержуватися етнічних традицій певного народу: не тільки в меню, але й інтер'єрі, одязі персоналу, музичному супроводі, навіть у назві. Щоб іменуватися етнічним рестораном, одного меню мало - необхідно, щоб всі елементи концепції відповідали іміджу. Якщо цього не відбувається, споживачі можуть просто не сприймати такий заклад. Наприклад, якщо в ресторані сучасний стиль інтер'єру й при цьому підкреслено українська кухня, такий заклад не тільки не можна назвати етнічним, його концепція буде викликати

деякий дисонанс. Відбувається це тому що деякі види кухонь автоматично обумовлюють певні концептуальні рішення, зокрема, інтер'єр й екстер'єр, форму персоналу, навіть посуд і прибори.

Таких «зобов'язуючих» типів кухонь досить багато: українська, грузинська, вірменська, японська, китайська, марокканська, узбецька, індійська, тощо. Одним словом, це кухні народів з потужними культурними традиціями, що відрізняються від інтернаціональних. Але є типи кухонь, які не диктують таких зобов'язань. Це насамперед європейська кухня (тобто мікс із кухонь європейських країн), домашня, американська, французька, італійська, а також змішані й спеціалізована (рибна, кондитерські вироби). Можливо, популярність європейської кухні в ресторанах і кафе пов'язана з її інтернаціональністю й можливістю застосування до будь-якої інтер'єрної концепції. Друге місце по популярності (зокрема, у Києві) займає українська кухня. Однак для українського національного ресторану є певний шаблон, що поєднує всі заклади такого типу. Крім певних страв у меню (борщу, вареників, кручеників, узварів й іншого) є інтер'єрна традиція (багато дерева в інтер'єрі, сушені трави, предмети сільського побуту), традиція одягати персонал у національний одяг. Всі ці ознаки не тільки дозволяють ресторатору побудувати ресторан, але й допомагають споживачу визначити, що ж його очікує в цьому закладі.

Дуже популярні в нашій країні східні заклади ресторанного господарства, зокрема японські. Хоча мало хто з любителів суші й сашімі на Україні пробував їх у Японії й взагалі відвідував тамтешні заклади, у нашій країні склалися чіткі ознаки японського ресторану або кафе. Це насамперед легкий, мінімалістичний інтер'єр, заснований на контрастах (чорний-білий), темні меблі, особливий посуд, циновки на столах, палички для їжі. І звичайно - меню із традиційними японськими стравами й напоями.

Але наприклад, у закладах з італійською кухнею таких шаблонів немає. Італійський ресторанний інтер'єр не має яких-небудь загальновідомих ознак. Такі італійські страви, як піца або паста взагалі є інтернаціональними. Саме тому піцерії можуть бути зовсім різними за стилем й навіть за ціновою категорією (це й фаст-фуди, і кафе, і ресторани). Італійська кухня не зобов'язує до відповідності етнічним традиціям у всьому.

По-перше, етнічні ресторани з'являються тому, що деякі види кухонь не сприймаються без відповідної обстановки.

По-друге, тому що занурення в які-небудь національні традиції - гарний метод залучення споживача. За рахунок певних національних традицій полегшується сприйняття закладу. Уже тільки за назвою етнічного ресторану споживач уже може припустити, яке там меню, який інтер'єр і взагалі чого очікувати від відвідування. Короткої характеристики закладу досить, щоб мати уявлення про заклад. У такий спосіб шлях споживача до ресторану коротшає, тому що концепція ресторану є зрозумілою споживачеві. Фактично, етнічний ресторан у багатьох випадках є безпрограшним для ресторатора, якщо певна етнічна кухня дійсно затребувана в місті й реалізація ідеї відповідає заявленому етнічному напрямку.

В Києві лідирує зараз неетнічна європейська кухня, на другому місці - українська кухня. Можливо, це відбувається тому, що наші люди досить консервативні і їм подобаються знайомі страви. Новаторів, ласих на нові незнайомі блюда й екзотичну кухню, як правило, не більше 10%, серед людей у віці 18-25 років - близько 25%. На третім місці за популярністю - японська кухня й морепродукти. Суші-сторінку включають у меню й заклади з європейською кухнею, однак останнім часом став популярним формат саме етнічного японського ресторану або суші-бара, причому в самих різних цінових категоріях. Дуже популярні італійські ресторани, так само, як і піца як продукт. Але деякі етнічні заклади ще не вийшли на ринок ресторанного господарства України.

Коли етнічні заклади стали з'являтися на Україні, відбулося коротке ознайомлення із традиціями. Елемент пізнавальності є навіть для самих українців в українських етнічних ресторанах, тому що не всі страви етнічної кухні ми готовимо вдома й взагалі знаємо. Часто етнічні ресторани мають відповідним традиціям музичний супровід, тобто деяку частину культури споживач сприймає у будь-якому випадку.

Основною особливістю гарного ресторану з національною кухнею можна вважати прагнення його власників до повного відтворення традиційних рецептів і форм подачі страв. Якщо шеф-кухар - італієць або наш співвітчизник, пройшов стажування в Італії, вам обов'язково про це повідомлять: інформація на сайті закладу, рядок в меню, представлений на видному місці диплом і так далі. Це закладу великий плюс. Це майже гарантія того, що неминучі нові технології тут тісно переплітаються з класикою в приготуванні національних страв.

1.2.4. Організація обслуговування в кальян-барах

Сьогодні кальянні кімнати східних ресторанів заповнені ароматним димом, попит на кальян найчастіше перевищує можливу пропозицію, а український ресторанний бізнес збагачується новим форматом закладів – кальян-барами. Кальянный розділ ринку в Україні стартував з єгипетських табаків, при виробництві яких застосовуються штучні ароматизатори. Їх прийнято вважати менш якісними. Сьогодні спостерігається стійкий попит на «натуральні» тютюни, умовно вважаються більш якісними. Брендями, при виробництві продукції використовуються тільки натуральні інгредієнти, славляться ОАЕ, Ізраїль, Йорданія.

Кальяни роблять у Сирії, Єгипті, Індії, Китаї. Причому у продукту виробництва кожної країни є свої особливості, що стосуються принципу експлуатації кальяну і технічних властивостей. Наприклад, відміна індійських кальянів від інших полягає в тому, що вони виконують декоративну функцію і застосовуються в основному як предмети інтер'єру. Це пов'язано з тим, що кальянный тютюн пережив еволюцію. Раніше в традиції куріння кальяну застосовувалися сухі тютюни - «томбак» і «журак», які вимочувалися у воді. Зараз величезна поширення отримав тютюн «маасель», суміш тютюну, патоки,

ароматизаторів і спецій. Він має в принципі іншу консистенцію, тому і кальяни для мааселя еволюціонували. Індія ж зберегла старовинні традиції, пов'язані з курінням первинних видів тютюну. Тому в ресторані індійський кальян йде у розряд декору.

Існує також чимало видів кальянів на алкогольних напоях, на основі шампанського, вина, горілки, абсенту, коньяку, мартіні. Будь-який алкогольний напій може бути застосований замість води. Це надає кальяну особливий аромат, смак, більше розслабляє.

З виходом закону, що забороняє куріння тютюнових виробів у громадських місцях, кальян також потрапив в опалу: тепер його необхідно курити лише у спеціально відведених для цього місцях.

Кальянна – специфічний формат у якому не можна створити великий потік споживачів, оборотність одного місця дуже низька. Споживач, що приходить до кальяної, розраховує на неспішний відпочинок (в середньому від 40 хвилин). Так, кальян популярний у людей у віці від 30 до 50, зі сформованим світоглядом і світовідчуттям. Це в основному чоловіки, які люблять закордонні подорожі і вже змогли оцінити переваги відпочинку з кальяном на їх безпосередній батьківщині. Такі люди можуть здійснювати цільові поїздки через все місто в улюблений заклад, рідко змінюють пристрасть, їм до смаку класичні концепції, хороший сервіс, якісний продукт.

Друга категорія споживачів – молоді, активні ділові люди від 20 до 30 років, для яких кальян – модний відпочинок. Ця аудиторія схильна шукати нововведення, її необхідно постійно інтригувати, а також дієвим стане створення іміджу модного, «тусовочного» місця.

Кальян-бари краще планувати в центральній частині міста. Але для даного закладу можуть підійти і не центральні вулиці, головне – легко знайти кальян-бар. У модне місце гості поїдуть, навіть якщо воно приховано в найдальшому закутку і не має вивіски, а якщо бар розраховує на гостей з його комерційної зони, то, вибираючи розташування, краще виходити з звичайних понять про зручність. Величезні переваги у кальяних, як і у пивних – підвальне приміщення.

Дизайнери рекомендують: розробляючи своє інтер'єрне рішення, приділити увагу таким кольоровим гаммам, як комплекс синіх тонів: поєднання синього, срібного, білого або блакитного, а також червону гаму - з золотими, чорними предметами інтер'єру. У рідкісних випадках використовується зелена палітра. Для марокканського стилю характерна мозаїка, низькі столики, багато розпису, в тому числі на посуді, карбування, маленькі пристінні фонтанчики. Килими на стінах, імітація орнаментів на стелях характерні для арабського стилю. Схід також імпонує метал: безліч кованих елементів і виробів, карбування, наявність холодної зброї – шабель, кинджалів, металевих посуду. Крім того, багато шовку. Між марокканським стилем і арабським є чітке відмінність у орнаментах. У східному інтер'єрі часто зустрічається арабська в'язь як складова орнаменту, використовуються вислови з Корану. На відміну від марокканського, турецький інтер'єр не припускає фонтанів, але характеризується наявністю безлічі кімнат, кованими столиками,

різноманітністю тканин. Середньоазіатський, єгипетський, марокканський, індійський – найпоширеніші дизайнерські концепції. Але традиційний варіант оцінюється сьогодні як найменш цікавий. З'єднання сучасного лаунжу з елементами хайтека - нова течія на ринку.

Меблі мають бути зручними, низькими, дозволяти гостеві напівлежати, а саме приміщення – різних рівнів, з безліччю залів на будь-який смак.

Меню кальянної не повинно бути великим, слід запропонувати легкі бізнес-ланчі, закуски, можна ввести декілька других страв, традиційних для східної культури. Створити кілька «пакетних» пропозицій, які можуть пропонуватися в кожен конкретний день. Але асортимент десертів повинен бути максимальним. Різні східні солодощі, кілька популярних десертів, зацукровані фрукти як не можна більш підходять до кальяну. Особливу увагу слід приділити чаю і кави.

Куріння кальяну – процес, який потребує будь-якого напою, і цю фізіологічну потребу людського організму не можна не враховувати. Сам процес подразнює рецептори, а напої якнайкраще знімають цю напругу. Тому, розробляючи меню кальян-бару, необхідно приділити увагу створенню широкої карти чаю. Цей напій традиційно є найпоширенішим доповненням до кальяну .

Чайні та кавові карти існуючих кальян-барів досить об'ємні. Це близько 25 видів чаю та кави, багато закладів у цьому плані мають свої відмітні особливості, наприклад, в «Хабібі» чай подають у френч-пресах з цукром і горішками, а п'ють в мініатюрних скляних чашках. У «Аромати Сходу» до кальяну можна замовити каву (вибір дуже широкий), який тут варять потурецьки, в глиняній джезві і в ній же подають. З кавою добре поєднується суміш смажених горішків, що подаються гарячими. А в ресторані «Марокана» до кальяну пропонують традиційний напій - марокканський чай.

Як правило, в кальян-барі, де працює кухня, задіяне від 16 до 32 осіб, необхідно передбачити, що в закладі будуть активно замовлятися напої на барі, значить, будуть працювати бармени, офіціанти, кальянщики. Для навчання кальянщиків запрошуються іноземних фахівців, які максимум за тиждень навчать будь-якого офіціанта всім тонкощам кальянного світу.

Кальянщики в ресторанах працюють позмінно. Класичному ресторану достатньо одного, який буде працювати тільки ввечері (з 18 або 19 години). До цього часу підготовкою кальянів займаються офіціанти.

В даний момент існує школа кальянщиків в Києві, але, як правило, кальянщики отримують свій досвід безпосередньо з рук носіїв культури, запрошуваних в ресторани на майстер-класи.

Класифікувати кальяни можна за різними параметрами та особливостями. Це якість матеріалу з якого вони виготовлені, ціна, країна походження, елітність. Але існує універсальна класифікація, де головними критеріями є пряма функціональність кальяну, його висота та якість, адже саме від висоти кальяну залежить насолода від куріння. Кальяни можна поділити на дві групи: функціональні і сувенірні. Але такий поділ скоріше умовний, оскільки всі кальяни є свого роду сувенірами, але не всі добре чи навіть більш - менш нормально можна курити. Сувенірні кальяни вважаються другосортним

продуктом у світі наргіле, хоча, безперечно, серед них є і справжні витвори мистецтва.

Чим вищий кальян - тим він гарніший, благородніший і відповідно дорожчий. Висота кальяну відіграє важливу та практичну роль. Ще в стародавні часи для досягнення балансу при виготовленні кальяну між висотою, комфортом використання, стійкістю та дотриманням пропорцій вважалося кропотливою справою. На теперішній час ці характеристики не змінилися, до них просто додалися нові та більш сучасні.. Дим у високому кальяні проходить більш довший шлях, що значить, він краще фільтрується та охолоджується. Саме тому високі кальяни курити набагато приємніше, ніж низькі. Висота наргіла, від якої безпосередньо залежить функціональність, дозволяє класифікувати кальяни наступним чином.

Класифікація кальянів залежить від висоти нагріла, від якої залежить його функціональність. Висота мініатюрного кальяну складає 10-15 см. Такі кальяни зазвичай є просто сувенірами які можуть бути непридатними для куріння. Але якщо ж вони всетаки пристосовані для прямого використання, то дим буде гірчити, оскільки погано охолоджується та фільтрується, вони швидко забруднюються таі погано чистяться. Курити такий кальян не рекомендовано, оскільки очікуваного задоволення ви не отримаєте.

Мініатюрні кальяни найчастіше виготовляють з м'яких металів, та красиво декорують. У більшості випадків вони повністю паяні, завдяки чому колба невіддільна від шахти, і це створює додаткові проблеми. Зазвичай в якості шлангів мініатюрних Наргіле виступають трубки, довжина яких досягає декількох сантиметрів. Це пояснюється тим, що шланги незручні у використанні для кальянів які маленьких розмірів. Єдина їх перевага –це приваблива ціна.

Висота міні-кальянів зазвичай від 15 до 30 см. Як і у випадку з мініатюрними, такі кальяни зачасту не пристосовані для прямого використання. У них майже ніколи не зустрічаються трубки тому вони паляться за допомогою шлангів. Такі наргіле вже більше нагадують класичні кальяни. Колби, як правило, виготовлені не скляні, а залізні, з'єднання в них не особливо герметичні та міцні. Шахти цих кальянів виготовлені з нетривких металів.

Міні кальяни таі мініатюрні відносяться до сувенірних. Багато людей, що їдуть на відпочинок в східну країну, мріють купити там національний кальян. Гостям цих країнах, внаслідок їх необізнаності, місцеві жителі та торговці продають кальяни, які гарні на вигляд, але не паляться так, як вони того потребують в силу різних причин: . у них часто відсутній випускний клапан (клапан для видалення застоюного диму); хронічна « Прокладочна хвороба»; шахта погано спаяна, зроблена з недоброякісних матеріалів, через що куріння негерметичне; низький «зріст» не забезпечує бажаного задоволення; швидке забруднення кальяну; різні незручності, які виникають при чищенні кальяну.

Висота малих кальянів становить 30-55 см. Адже цей вид наргіле відкриває лінійку кальянів, що використовуються в першу чергу для куріння. Як і в двох попередніх випадках, таикй вид маленьких кальянів.має низку недоліків Дим в них недостатньо добре охолоджується, так як проходить

досить малий шлях від чаші до легенів. Крім того, колби таких кальянів також досить малі, у зв'язку з чим не відбувається потрібної фільтрації, якою володіють середні та великі колби.

Шахти малих кальянів зазвичай найчастіше виготовлені з нетвердих металів. Дані шахти дуже рідко бувають розбірними, носици та випускний клапан в них паяні, а не литі, що також може призвести до деяких серйозних поломок. Такі метали вбирають в себе шкідливі речовини та отрути більш інтенсивно, ніж шахти елітних кальянів. При їх чищенні слід бути обережним з випускним клапаном, оскільки він має властивість іржавіти від впливу води. Колби таких кальянів виготовлені з звичайного скла. Вони можуть бути різними за кольором, зазвичай синього або зеленого, іноді на них наносять візерунки. Шланги зазвичай обшиті гумою або тканиною, можуть бути обрамлені візерунками або шовком. Так як при їх виробництві використовується недостатньо якісний матеріал, вони менш еластичні, ніж шланги дорожчих кальянів. Довжина шлангів малих кальянів становить від 1 до 1,2 метра.

Малі кальяни порівняно в ціні недорогі, у зв'язку з цим їх часто можна зустріти в різних закладах, але вони за рахунок свого невисокого «зросту» не належать до елітних.

Висота середніх наргіле становить 55-70 см. Вони є зазвичай основою кальянопаління, оскільки в більшості закладів любляють курити саме такі наргіле. Завдяки їх висоті дим добре охолоджується. Шахти таких кальянів можуть бути виготовлені як з м'яких, так і з міцніших металів. Часто шахти прикрашені візерунками та декоровані різними елементами камінців. Зазвичай вони мають випускний клапан, що дозволяє оновлювати дим у наргіле. Колби виготовлені з звичайного скла, іноді їх прикрашають орнаментом. Форми колб середніх кальянів майже не відрізняються від колб малих кальянів. А ось шланги середніх кальянів досить різноманітні.

Незважаючи на те, що зазвичай в переважній більшості кальяни класифікуються за параметрами своєї висоти, але елітні кальяни можна виділити в окремий сегмент. Це пов'язано з тим, що елітні кальяни можуть бути як малими, так і середніми, та високими. Особливістю елітних кальянів є їх якість. Колби таких наргіле виготовлені з кристалю або божеського скла. У матеріалі з яких вони виготовлені часто зустрічається срібло, який завдяки своїм властивостям перешкоджає всмоктуванню шкідливих речовин. Ці колби прикрашені орнаментом, ручної роботи, також можуть бути декоровані золотом та сріблом. Колби можуть бути різними за своєю формою: від судин, виконаних в античному стилі, до авангардних готичних виробів. Шахти елітних кальянів виготовлені з нержавіючих міцних металів, переважно з латуні, вони часто оздоблені різними затійливими візерунками з золота, срібла, і також дорогоцінних каменів. Шахта та колба кальянів мають різьблення, яке безпечно таі забезпечує кращу герметизацію. Шахти елітних кальянів завжди розбірні, що забезпечує зручність при чищенні. Шланги обшиті різними дорогими матеріалами. Це може бути шкіра або шовк, іноді використовують шкірозамінник, але ні в якому разі не можна приміняти гуму. Як і все інше,

ковпаки, блюдця, щипці та інші аксесуари елітних кальянів вироблені з якісних матеріалів, на них також можуть бути вигравірувані різні візерунки.

Елітні кальяни зазвичай завжди зберігаються у кальянних кейсах, виготовлених індивідуально для кожного кальяну. В кейсі нагріле дуже зручно та безпечно транспортувати, крім того, це надає йому надзвичайного ефекту.

Кальян-велетень може досягати до двох метрів, який відносяться до сімейства елітних. Ці кальяни можуть бути декоровані орнаментом, сріблом, золотом та іншими благородними металами. Вони зустрічаються порівняно рідко. Це пояснюється їх непрактичністю. По-перше, вони досить важкі й громіздкі, у зв'язку з цим їх незручно заправляти та чистити. По-друге, вони дуже дорогі. Кальяни до 150 см, як правило, функціональні і використовуються за призначенням. Кальяни, висотою більше 150 см, як і у випадку з мініатюрними та міні-кальянами, виконують тільки декоративну роль. Вони найчастіше литі, виготовлені з німецьких металів, колбу в них замінює металева куля, яка невіддільна від шахти. Отже, заправляти та чистити такий кальян трудомістко, тому в різних закладах вони служать лише елементом декору.

Кальян на кулі – один з самих незвичайних. Коли більше двох осіб курять однотрубний кальян, то передавати шланг досить незручно. Він закручується навколо шахти, і це викликає труднощі та незручності при його передачі. Завдяки таким незручностям і був винайдений кальян на кулі. Функція кулі полягає в тому, що випускний клапан та носик кріпляться на цій кулі, завдяки чому при передачі шланга куля обертається і шланг не закручується навколо шахти. Такі кальяни зустрічаються, як правило, серед міні - кальянів, кальянів - велетнів та високих кальянів.

У першому випадку кальян на кулі є скоріше як елемент декору. Такі міні-кальяни на кулі найчастіше литі, у зв'язку з цим їх неможливо якісно почистити і вони погано куряться. Дуже часто куля в цих кальянах не виконує своєї прямої функції прокручування, а просто служить як прикраса. Крім того, куля в них також виконує роль колби, і це ускладнює його обертання.

Кальян-велетень на кулі використовують лише для декорації. Його взагалі неможливо заправляти та чистити. Деякі кальяни на кулі можна назвати справжніми витворами мистецтва. Ці кальяни розбірні, що полегшує їх чистку, виготовлені з високоякісних матеріалів та найголовніше, повністю функціональні. Такий кальян на кулі вважається елітним.

Кальяни-трансформер можна віднести до групи вишуканих, дорогих та елітних. Його висота може досягати від 100 до 120 см. Його виготовляють тільки з якісних матеріалів, та хорошими еластичними шлангами. Незважаючи на всі свої переваги висота кальяну, всетаки має один істотний недолік – нестійкість. Наприклад, якщо нерівна поверхня кальяна можна «впустити», що дуже небажано, та іноді і небезпечно. Особливість трансформації кальянів-трансформерів полягає в тому, що середня частина шахти може вилучатись, за рахунок чого кальян стає нижче та відповідно стійкіший. Завдяки цьому, кальян-трансформер при бажанні можна регулювати і його висота як мінімум, може коліватись різницею на 20 см. Шахти трансформерів виготовляють з латуні і інших нержавіючих металів. Шахти можуть бути різної форми та

висоти, з однією або декількома частинами. Такі трансформери комплектуються завжди високоякісними скляними колбами, але іноді зустрічаються і елітні колби з кришталю та богемського скла. Шланги також можуть бути різними, але шкіряні зустрічаються рідко. Недоліки якості полягають у тому, що такий кальян не дуже зручний в експлуатації, адже він, по суті є гібридом елітного та простого кальяну.

Кальян коктейльний зазвичай не перевищує 50 см. Він відноситься до розряду малих кальянів. Їх шахта виготовлена з досить якісного металу, часто має різьблення, прикрашається різними візерунками та вставками. Особливістю «коктейльність» полягає у вузькій колбі яка має форму шейкєру. У таку колбу можна додавати менше різних напоїв, ніж до звичайної, у зв'язку з чим суттєво знижується витратна частина на куріння кальяну. Завдяки цьому такий кальян дуже популярний в закладах різного типу. Його недоліком є колба. Та за рахунок меншої площі її дна кальян менш стійкий.

Для великих компаній відмінно підійде кальян багатотрубочний. Вони бувають двох-, трьох-, чотирьохтубочними та навіть шеститрубочними. Висота такого кальяну може варіюватися 45 - 120 см, а іноді й більше. Зазвичай, це добротні кальяни виготовлені з металів середньої твердості, можливо невеликий вміст латуні, хоча досить рідко. Носики для шлангів паяні, що інколи доставляє певні проблеми. Колби найчастіше виготовляються з звичайного скла, і майже ніколи вони не виготовляються з кришталю або богемського скла. Це пояснюється підвищеною експлуатацією кальяну, а отже, більшою ймовірністю пошкодження колби.

Кальяни колекційні це завжди певні шедеври, кращі з кращих. Вони, як і личить колекційним, рідкісні. Виготовлені з всіляких матеріалів, якість яких не викликає жодних питань та сумнівів . Ці кальяни бувають зі скла, дерева, мармуру. Дуже рідко шахти колекційних кальянів виконані повністю із золота або срібла, оздоблені діамантами іншими дорогоцінними камінцями. Висота цих кальянів 80-120 см. Вартість одного такого примірника може досягати декількох тисяч доларів США.

Отже найбільш вдало підходить для експлуатації в закладі ресторанного господарства, кальян середнього «зросту» (60-70 см) з міцних металів (наприклад, латунний). Для закладу ідеально підходять двох - і трьохтубочні кальяни, які вже добре зарекомендували себе в різних східних країнах, і сьогоднішній час впевнено завойовують Європу та Новий Світ .

1.2.5. Організація обслуговування в закладах формату free flow

Якщо бути точними то в перекладі free flow - «вільний рух». По суті, це новий ступінь в розвитку добре знайомого формату «євроїдальні самообслуговування». Особливість полягає в тому, що free flow не має єдиної лінії роздачі, по якій рухається черга з підносами: ця лінія розбита на окремі «острівці» (food-station), розміщені по всьому залу. Наприклад, одним з варіантів їх розстановки є лінія з холодними порційними закусками та десертами (споживач сам набирає вподобані страви); гаряча роздача (тут

працюють кухарі), супова станція та салат-бар в центрі залу (споживачі, знову-таки, самі накладають їжу); барна станція (обслуговують бармени); декілька кас. Для кращої орієнтації споживачів на місцевості передбачені таблички-орієнтири: «Салати», «Супи», «Холодні закуски» і т.п.

Одже, замість того щоб стояти в черзі та рухатися вздовж довгої «змій» лінії роздачі, споживач може відразу підходити до тієї станції, яка йому потрібна, або легко обминає їх всі («вільний рух»!).

Остаточний розрахунок відбувається на касі (або за допомогою спеціальних клубних карт безготівкового розрахунку), і потім гість може обрати собі будь-який столик.

Така форма обслуговування, це просто геніальна ідея: адже ні для кого не секрет, що в час пік в закладах типу «євроїдальні» на лінії роздачі просто не розвернутися, а на найбільш популярних її «острівцях» виникають справжні «затори». І звичайно сповільнюється обслуговування, через каси проходить менше споживачів, ніж могло б, відвідувачі залишаються незадоволеними.

Крім того, самообслуговування у традиційній їдальні, відбувається таким чином, навіть якщо споживачу потрібний тільки суп, йому все одно доводиться ставати в самий кінець черги та разом з усіма проходити всі станції лінії роздачі. У free flow же, зовсім в ідеалі, черг не повинно бути: але, для цього необхідно встановити в залі чималу кількість станцій та кас, а найбільш популярні станції потрібно навіть «продублювати».

З іншого боку, перевагами free flow це буде продовження його недоліків. Загальна лінія роздачі займає набагато меншу площу, ніж окремі «острівці», саме цьому, в одному і тому ж приміщенні класична їдальня самообслуговування зможе віддати більше місця під посадочні місця, ніж free flow.

Ще одна відмінна ознака free flow це «вільний рух» не тільки в банальному розумінні фізичного переміщення у просторі, але і у всіх інших сенсах. Наприклад, free flow забезпечує повну свободу в поєднанні страв: споживачеві повинна бути надана можливість не тільки вибирати вже готові страви, але і складати з асортименту інгредієнтів свої власні індивідуальні комбінації. Найяскравіше відображається така тенденція в салат-барах: гості можуть вибрати інгредієнти за своїм смаком, що кожного разу можна отримувати нову «композицію гастронома» на тарілці.

Можна піти ще далі, запропонувавши відвідувачам, самим обирати собі інгредієнти для гарячих страв. Плюс до можливості вибору інгредієнтів відразу ж додається доступ до відкритої кухні, що зазвичай справляє на споживачів незабутнє враження. Одже, ви вибираєте, вподобані шматочки м'яса, риби або овочів, а кухар при вас, їх доготовлює.

Що в результаті виходить справжня шоу-кухня, яка в сучасному ресторанному бізнесі, побила майже вже всі рекорди модних хіт-парадів.

Звичайно ж, остаточна стадія приготування, тобто завершальна теплова обробка: вся попередня обробка відбувається поза залом, на «основній» кухні.

Такий же самий принцип максимальної різноманітності виявляється як і в інтер'єрі, так і в ціновій політиці: зазвичай в ресторані free flow існує декілька різних залів з абсолютно несхожими один на одного інтер'єри.

Таким чином, концепція free flow надає неймовірну можливість в рамках одного комплексу створювати декілька різних закладів, тобто перетворювати його на справжній «центр їжі». Більш того, іноді free flow перетворюється на величезний розважальний центр.

Засновником концепції free flow вважається швейцарська мережа Marche Movenpick. Бізнесмен Уэли Прагер, який відкрив перший ресторан Movenpick у Цюриху ще в 1948 році, задумка якого була місце зустрічі для ділових людей, куди вони могли б швидко заскочити та смачно поїсти. В перекладі значить як «чайка поклювала», тобто концепція харчування - «на льоту». Бізнес пішов дуже добре, і незабаром відкрилися нові точки в Берні й Женеві. В 1963 р. Прагер почав експансію в Німеччину й відкрив заклад Movenpick у Мюнхені. Пізніше він вирішив крім того зайнятися ще й готельним бізнесом. На сьогоднішній день Movenpick - міжнародна корпорація, яка спеціалізується на гастрономії, виноторгівлі, готельному й ресторанному бізнесі в Центральній Європі, Середньому Сході, Азії, Канаді й США. Саму концепцію free flow Уэли Прагер придумав та втілює у життя в ресторанах Movenpick на початку 1980-х років.

Незабаром ресторани формату free flow стали відкриватися в Італії (мережа Autogrill), Франції (Casino), Австрії й інших країнах. В Україні перший заклад free flow відкрився в жовтні 2004 року в Одесі, в ТЦ «Грецький» компанії «ТАВРІЯ-В».

Перша та головна умова виживання закладу free flow вагома прохідність споживачів. Основне правило цього бізнесу свідчить, проте, що кожне посадочне місце повинно за день пройти від 6 до 10 відвідувачів. Таким чином, якщо free flow розраховане на 200 посадочних місць, то за день його повинно відвідати від 1200 до 2000 гостей. Дані цілком відповідні – це реальні показники більшості київських закладів схожого формату. До речі, за інформацією Віталія Кляцко, найменша кількість відвідувачів вранці, з 8.00 до 12.00. Перший пік – обідня пора, 13.00-14.00. З 16.00 до 17.30 знову йде спад відвідуваності, а потім починаючи з 19.00 і до кінця робочого дня, тобто 22.00, вечірній пік.

Щодо назви закладів free flow та ресторанів схожого формату в Україні вже склалися певні правила: надзвичайно популярність набирають римовані назви типу «Тралі-валі», «Жили-були», «Пузата хата» і т.п.

Місцерозташування – це завжди один з наріжних каменів бізнесу free flow. найкращим місцерозташуванням для закладу free flow – в безпосередній близькості від скупчення офісів та вузів. Ресторани швидкого обслуговування зазвичай розташовуються в ТЦ тому, що ТЦ надають їм відповідні за розміром площі, які дуже необхідні закладу такого формату..

Інтер'єр для free flow це одна з найбільших статей витрат. По суті, за ціновими витратами створення інтер'єру free flow може складати аналогічні витрати для дизайну класичного ресторану. Найважливіша особливість

дизайнерського рішення free flow є «участь» у дизайні залу технологічного устаткування. Зазвичай техніка повинна бути частиною загального образу, і не вибиватися з нього, і тому, рекомендують звернути увагу на «високотехнологічні» стилі оформлення залу, які подібні до стилю хай-тек.

Кухня free flow – проста та домашня, меню зазвичай включає не більше 200 позицій. Практично всі страви готуються в самому закладі, на відміну від фаст-фудів. Зі всіх київських «євроїдалень» фабрика-кухня є тільки у «Пузатої хати», у решті випадків це максимум обладнаний централізований кондитерський цех («Два гусаки»).

Однією з переваг є наявність централізованої фабрики-кухні – те, що на конкретних підприємствах, не потрібно буде виділяти площі під кухню і звичайно можна віддати максимум площі під місця в зал. Площу під централізований цех можна купити або орендувати в спальному районі або взагалі за містом, де вона буде коштувати набагато дешевше. І ще одна відчутна перевага: завдяки загальній кухні можна добитися практично однакової якості страв у всій мережі.

Інші відмінні характеристики free flow зазвичай максимальні видовище, комфортне самообслуговування, максимально відкрита кухня та чимала площа. Загальна площа повинна бути не менше 1000 м², площа кухні – 200 м². Видовище повинно передбачати винесення на огляд споживачів усіх технологічних процесів, здатних зацікавити та уразити або здивувати.

Разом з тим треба виділити, що в об'єкті типу free flow далеко не обов'язковим є повне самообслуговування. Основний критерій для відвідувача, це те, що він повинен бачити всі страви та вибирати їх, а ось накладати страви на тарілку може і обслуговуючий персонал.

Якщо до вибору техніки для такого формату, то його основна специфіка полягає в тому, що дизайн техніки, повинен запам'ятовуватися, це так само важливо як надійність та багатофункціональність. А одним з ключових спеціалістів при розробці певного проекту free flow стає дизайнер: винесене на шоу-кухню певне обладнання обов'язково повинно гармонійно та цікаво вписуватися в загальний інтер'єр.

Висока продуктивність, багатофункціональність та якість обладнання обумовлені напруженим, потужним режимом роботи техніки: при великій кількості гостей швидкість виконання замовлення повинна бути на високому рівні.

Головне та найбільш важливе завдання це добитися того, щоб кухня могла впоратись з поточним виробництвом страв та забезпечувала цілковите завантаження станцій роздачі на протязі усього дня. Але при цьому існує інша найважливіша проблема – мінімізувати залишки та списання страв, одже не повинно бути і перевиробництва. Причому буде ідеальним, те коли заклад повинен реалізовувати всю виготовлену продукцію того ж дня.

Велике значення має, необхідність правильно розрахувати потужність кухонного устаткування оскільки воно буде працювати надзвичайно інтенсивно. Для кухні free flow обов'язково потрібне промислове або напівпромислове устаткування, для якого передбачені автоматичні та

напівавтоматичні функції. При великих об'ємах виробництва на першому плані є не ручна праця, а конвеєрна система, і чим більше кухонних процесів буде автоматизовано, тим краще. Автоматизація приготування страв повинна йти «рука в руку» з стандартизацією всіх кухонних процесів: у ресторані free flow необхідно забезпечити стабільність якості сировини, що поставляється, та всіх процесів її попередньої підготовки.

Для закладів типу free flow лінія роздачі зазвичай не однолінійна, тобто складові її локації не збудовані в одну лінію, а розбиті на «острівці» та розставлені окремо. Цілком можливе «дублювання» деяких однакових станцій з метою запобігання ризику виникнення черги біля якої-небудь певної популярної станції.

В free flow окрім «острівних» станцій роздачі, передбачають також велику кількість станцій самообслуговування: наприклад, салат-бари, кондитерські вітрини, де відвідувачі беруть десерти самі, станції з напоями, де можна самому налити собі напої або соку тощо. Станції free flow також можуть включати холодильні/морозильні, теплові та нейтральні елементи. Холодильні вітрини (-1...+10°C) мають призначення для салатів, закусок, напоїв тощо; морозильні (-15... -18°C) - для морозива, теплові (+30...+90°C) - для гарячих страв. До нейтральних елементів відносять: робочі столешниці для персоналу, поверхні для зберігання посуду, утримувачі підносів, приладів, хліба, серветок тощо.

Крім того, особливістю від ліній роздачі вітчизняного виробництва, в західних моделях передбачено незалежне включення кожного елемента. Завдяки цьому, навіть у класичній лінії роздачі кожний сегмент перетворюється на автономний «острів», який має власне підключення до комунікацій та електрики. Відповідно, за необхідністю, можна включати не всю роздачу, а тільки один потрібний сегмент, причому з тим температурним режимом, який оптимальний саме для цієї страви.

Холодильні прилавки призначені для викладення продуктів та страв або у власній «тарі» (піалах, тарілках), та в гастро ємностях із неіржавіючої сталі. З внутрішнього боку, яка призначена для обслуговуючого персоналу, прилавок має спеціальну робочу столешницю, а знизу - вбудовані шафи для короткочасного зберігання продуктів та страв. Із зовнішнього боку прилавок скляний за формою може бути прямим або гнутим склом. Доступ до страв здійснюється через відчинений верхній отвір прилавка, який освітлюється полицею-світильником: такий, прилавок призначений лише для обслуговування персоналом, самим взяти потрібну страву відвідувачі тут не зможуть.

Найчастіше в закладах швидкого обслуговування зустрічаються прилавки з надбудовою-вітриною. Таке устаткування зручне тим, що у вітрина має декілька полиць, тобто якщо порівняти звичайний прилавок збільшується площа викладення. З боку відвідувачів вітрина має суцільне скління і може мати скляні дверці або бути взагалі відкритою: така вітрина дуже зручна, споживачі дістають можливість самі брати вподобані страви з вітрини. Зазвичай у таких прилавках-вітрина закладу швидкого обслуговування виставляють такий асортимент страв: закуски, бутерброди, готові салати,

заздалегіть розлиті в склянки напої і ін.

Також існують окремі холодильні та теплові вітрини, серед яких найбільш популярні настільні кондитерські моделі. Останнім часом дуже популярні нові цікаві варіанти подібних вітрин (наприклад, що обертаються). В цілому в каталогах виробників устаткування можна знайти безліч прилавоків та вітрин вражаючого дизайну, виготовлених у найрізноманітніших стилях – від класики до хай-тека.

Прилавки та вітрини підрозділяються на моделі з природною (статичне охолодження) та примусовою (динамічне охолодження) вентиляцією охолодженого повітря: в останній моделі вентилятора рівномірно розподіляє повітря по всьому об'єму. В цілому вважається, що примусова вентиляція ефективніша (температура у вітрині буде більш рівномірною), але такі моделі коштують дорожче. Недоліком являється те, що за наявності вентилятора страви швидко «завітрюються» - щоб цього уникнути, в деяких моделях встановлені системи для насичення повітря водяною парою.

Також потрібно враховувати, що холодильні прилавки та вітрини випускаються в різних кліматичних класах: найбільш поширений третій клас (працює при температурі навколишнього повітря не більш +28°C та відносній вологості до 60%) і четвертий (температура до +32°C та вологість до 55%).

Перевагами додаткових функцій, передбачених в холодильних прилавках та вітринах, - автовідтайка, щадний обдув, автоматичне регулювання температури, ТЕН для запобігання запітнювання фронтального скла, насичення повітря парою для запобігання завітрювання. Також внагоді може стати можливість автономно встановлювати холодильний агрегат, що дає можливість до одного такого агрегату підключити декілька одиниць обладнання і це дозволяє скоротити енергоспоживання. Великим недоліком є те, що у разі виходу агрегату з ладу перестає працювати вся приєднана до нього техніка.

Ще один дуже поширений вид холодильних станцій це салат-бар. В ньому не використовується скління, викладення в холодильних ваннах які виготовлені із неіржавіючої сталі абсолютно відкриті відвідувачам, таким чином, салат-бари особливо зручні для самообслуговування. Викладення може складатися як з готових салатів та закусок, так і з інгредієнтів для них. В принципі, в закладах free flow салат-бари, прилавки та вітрини можна використовувати для демонстрації різної продукції, яку відвідувач може вибрати для своєї страви.

У каталогах постачальників станції салат-барів продемонстровані в різноманітних модифікаціях: в «острівному» вигляді або у форматі відкритого холодильного прилавка-вітрини, квадратної, прямокутної, круглої форми і т.п. Від завітрєння страв рятує скляний «купол», яким їх можна закривати на той час, коли салат-бар не функціонує. Також салат-бар може бути укомплектований спеціальними бортами для того, щоб було куди поставити тарілку, полицки для спецій та заправок, нижніми шухлядами для зберігання чистого посуду або додаткового запасу продуктів. Досить часто ресторатори практикують «декор» салат-бар коленим льодом: стік води в даному випадку

відбувається за допомогою зливного отвору.

Теплова модифікація салат-бара це класичний марміт. Існує два види марміту: сухі та пароводяні. Кращими звичайно вважаються марміти на воді, оскільки вони не так висушують продукти, обігрів тут делікатніший. У нижній частині марміту зазвичай можуть бути розміщені шухляди, які підігріваються, що необхідні для зберігання запасу продуктів або страв. Для захисту від завітрювання передбачені кришки також можуть бути як і в салат-барі, скляний «купол».

До певної міри заміною салат-бару та марміту можуть виступити відповідно охолоджувані столи, які підігріваються, хоча в Україні в залах ресторанів таке устаткування зустрічається дуже рідко. Наприклад, на такий стіл можна викладати готові страви в тарілках, які споживач можуть брати самостійно.

Специфічні різновиди холодильного устаткування це піца-стіл та pasta station. Піца-стіл є різновидом холодильного столу яка має робочу столешницю з граніту, холодильними шухлядами для необхідних інгредієнтів та встановленою на фронтальній частині тепловою вітриною, що дає можливість демонструвати готову піцу. Зазвичай сама піч для приготування піци розташовується поряд з піца-столом, де приготування здійснюється на очах у гостей, що завжди викликає інтерес.

Pasta station спеціальне устаткування яке призначене для приготування пасти. Тут також передбачені секції для інгредієнтів, декілька вбудованих макаронварок, невеликі вбудовані плити, сковороди і т.п.

Використовують також нейтральні тарілкороздавальники, які підігріваються: тарілки поміщаються в корпус із неіржавіючої сталі, звідки подаються у міру потреби за допомогою пружинного механізму. Такі самі механізми існують і для підносів.

Для роздачі супової групи необхідні занурювані або настільні казани з неіржавіючої сталі; передбачені також моделі для самообслуговування. Барна станція має свої правила комплектації. Обов'язково, тут необхідні холодильники де будуть зберігатися напої, устаткування для розливної пива, каво-машина з кавомолкою, льодогенератор, соковижималка, сокоохолоджувачі, якщо в меню є коктейлі обов'язково потрібен блендер та міксер. У закладі типу free flow практично обов'язково повинні бути спеціальні апарати для самостійного наливання відвідувачами напоїв – до різних видів кави і соку. Також, в залі free flow неодмінно повинні бути розміщені холодильні шафи або відкриті стелажі для темно-зелених безалкогольних напоїв.

1.2.6. Організація обслуговування на літніх майданчиках закладів ресторанного господарства

Організація літніх майданчиків зазвичай справа сезонна, і досить прибуткова. Тому суб'єкти господарювання вже в зимовий період часу повинні починати підготовчі процеси, які необхідні для відкриття літніх майданчиків:

необхідно визначитися із земельною ділянкою та її облаштуванням, отримати потрібні дозволи та провести узгодження, підібрати персонал. Головне це виконувати строго в рамках чинного законодавства.

При відкритті літнього майданчика дозволяється можливість трохи відступити від загальних правил, змінити традиційний дизайн оформлення закладу, створити щось цікаве, щоб здивувати постійних гостей. На літній терасі з новим інтер'єром більшість закладів намагаються оновити та внести щось більш цікавіше в традиційне меню, надати відвідувачам можливість спробувати нові оригінальні сезонні страви та напої. Одже, завдяки чому, переваги відкриття літнього майданчика очевидні: це приверне до закладу чимало гостей та звичайно, принесе закладу додатковий прибуток. Втім, слід звернути увагу, що реалізація продукції за межами закладів ресторанного господарства здійснюється у спеціально відведених для цього місцях з обов'язкового дозволу місцевих органів виконавчої влади та за умови дотримання встановлених для цієї продукції вимог законодавства України (п. 2.5 Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджених наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24 липня 2002 р. № 219).

Додаткової документації для розміщення столиків (облаштування стаціонарного літнього майданчика) не потрібно, в тому випадку якщо:

- ділянка належить закладу на праві власності або користування;
- цільове призначення ділянки згідно з документами - здійснення господарської діяльності.

Якщо заклад має на прикметі місце під літній майданчик, але у нього немає ні права користування, ні права власності на земельну ділянку, необхідно отримати додаткові документи на відведення землі під такий майданчик. За нормами статті 125 Земельного кодексу України від 25 жовтня 2001 р. № 2768-III право власності на земельну ділянку, а також право постійного користування та право оренди земельної ділянки виникають з моменту державної реєстрації цих прав.

Надати захисту відвідувачам від дощу та жарких променів літнього сонця можна двома способами: за допомогою звичайних вуличних парасольок або тимчасових навісів. Певним недоліком парасольки є її обмежене використання, якщо сильний дощ або різкий вітер гості будуть вимушені переміститися всередину приміщення чи взагалі покинути майданчик. Взагалі вуличні парасольки підходять лише для демократичних літніх кафе або закладів швидкого харчування. У солідних ресторанах високого цінового рівня рекомендовано звести спеціальну літню відкриту терасу за принципом малої архітектурної форми.

Літні майданчики бувають двох видів:

- 1) розміщені біля стаціонарного об'єкту ресторанного господарства та експлуатовані за принципом додаткового збільшення кількості посадочних місць без проведення будівельних робіт;
- 2) стаціонарні літні майданчики, побудовані на вільних земельних ділянках з виконанням будівельних робіт та відведенням земельної ділянки.

Для організації літніх майданчиків першого виду зазвичай не потрібно додаткових дозвільних документів, так як вони автоматично вже належать до закладів ресторанного господарства. Спеціальний дозвіл знадобиться тільки в тому випадку, якщо літній майданчик якимсь чином міняє на час зовнішній вигляд прилеглої до закладу території та перешкоджає вільному руху пішоходів (обладнується парасолями, прикрашається декоративними квітковими і іншими рослинними насадженнями або іншими різноманітними елементами, які не демонтуються на нічний час). Щоб отримати такий дозвіл на організацію певного літнього майданчика, суб'єкт господарювання повинен звернутися до органу місцевого самоврядування, який відає питаннями благоустрою території міста.

Якщо ж планується відкрити літній майданчик, який стоятиме окремо від основного закладу ресторанного господарства (біля жвавих магістралей, вокзалів, у місцях відпочинку громадян), то необхідно погодити його розміщення з органами місцевого самоврядування.

Перш ніж розпочинати будівництво об'єкта малої архітектурної споруди, слід оформити відведення землі для його розташування, тобто або купити землю, чи взяти її в оренду, оскільки такий об'єкт буде функціонувати хоча і сезонно, та протягом ряду років. Далі після оформлення документів про відведення земельного участку потрібно отримати в органах містобудування та архітектури дозвіл на початок будівельних робіт, а також проектну документацію, після чого можна розпочинати будівництво стаціонарного літнього майданчика. По завершенні будівельних робіт необхідно виконати процедуру оформлення і прийому в експлуатацію побудованого об'єкта.

Об'єкт приймається до експлуатації з дотриманням спеціальних законодавчих норм державною технічною комісією. Вивчивши проектну документацію, перевіривши відповідність збудованого об'єкту проекту та затвердженим технічним умовам, після чого члени технічної комісії підписують акт про прийом завершеного будівництвом об'єкту в експлуатацію. Члени комісії не мають права під час прийому об'єкту висувати додаткові вимоги, крім передбачених технічними умовами і проектною документацією.

В випадку коли комісія зробить висновок, що по даному об'єкту не завершено будівництво в передбачуваному обсязі, чи об'єкт не підготовлений до експлуатації, вона оформляє відмову від введення такого об'єкта в експлуатацію. Не отримавши висновку комісії про введення об'єкта в експлуатацію, не можливо оформляти інші дозвільні документи.

Обов'язково необхідно також подбати про дотримання санітарних норм. Одже, сміттєзбірник дозволяється встановлювати виключно на асфальті або на майданчику з цементу або цегли. Водопостачання забезпечується шляхом приєднання до місцевої мережі водопроводу чи за допомогою пристрою артезіанської свердловини, шахтного колодязя з обов'язковим проведенням внутрішнього водопроводу. Складовою системи водопостачання є обладнання літнього майданчика системами каналізаційних труб для виробничих стічних вод та для туалету. А якщо проблему з туалетом вирішити досить просто, придбавши переносний біотуалет, який не потребує каналізаційних труб, адже

без відведення стічних вод неможливо обійтися. Але якщо літній майданчик розташований на території, де вже є каналізація, лише необхідно до неї підключитися, отримавши на це відповідний дозвіл органів міськводоканалу. Якщо ж немає такої можливості тоді слід обладнати власну (місцеву) каналізацію. Певні роботи з прокладання каналізаційних труб повинні бути проведені під час будівництва літнього майданчика з попередніми включенням їх в проектну документацію.

Щоб отримати дозвіл на розміщення об'єкта торгівлі, що є обов'язковою умовою здійснення торгівлі на літньому майданчику. Отримати такий дозвіл можна в управлінні споживчого ринку і агропромислового комплексу органу місцевого самоврядування, попередньо звернувшись із відповідною заявою. У дозволі на розміщення об'єкта торгівлі обов'язково вказується режим роботи літнього майданчика, який також узгоджується з місцевими органами виконавчої влади.

Оскільки літній майданчик створюється на певний термін – приблизно з травня по жовтень, то підприємства зазвичай наймають додаткових тимчасових працівників. Оформлення трудових відносин з тимчасовими працівниками має ряд особливостей, одна з яких, випробувальний термін для тимчасових працівників (прийнятих строком до двох місяців) не встановлюється.

Зазвичай для тимчасової роботи на терасі з фізичними особами укладають цивільно-правові договори.

Враховуючи те що літній майданчик ресторанного господарства відноситься до виробничо-торговельній сфери діяльності, для здійснення розрахунків з споживачами за готівкові грошові кошти суб'єкту господарювання необхідно придбати торговий патент. Слід зауважити, що патент потрібно придбати на кожен окремий пункт продажу товарів.

Відкриті літні майданчики отримують статус окремого пункту продажу товарів, якщо вони являються самостійними об'єктами. Що стосується літнього майданчика, який розташований біля стаціонарної капітальної споруди та експлуатується за принципом збільшення посадочних місць, то він не може бути окремим пунктом продажу товарів, і тому купувати на нього окремий торговий патент не потрібно.

Літній майданчик, розміщений безпосередньо біля будівлі закладу, чи кілька столиків які винесені під його стіну, що лише додаткова торгова площа для закладу, яка не має місця проведення розрахунків. Відповідно, розрахунки з відвідувачами в такому випадку можна проводити через реєстратори розрахункових операцій (РРО), які встановлені в приміщенні закладу. Якщо ж стаціонарний літній майданчик являється окремим розташованим об'єктом, для проведення розрахунків необхідний РРО.

Відповідно до статті 15 Закону України «Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19 грудня 1995 № 481/95-ВР ліцензія на право роздрібною торгівлі алкогольними напоями видається суб'єкту господарювання на кожне місце торгівлі. Отже, виходячи з абзацу чотирнадцятого статті 1 Закону № 481, заклади ресторанного господарства, які

реалізують алкогольні напої, зможуть отримати ліцензію, якщо одночасно виконуються наступні вимоги:

- продаж алкогольних напоїв (у тому числі на розлив) виготовляється в одному торговому приміщенні (будівлі) за місцем його фактичного розташування;

- торгова площа такого приміщення не менше 20 м²;

- в місці продажу встановлені (незалежно від їх кількості) РРО або знаходяться книги обліку розрахункових операцій (КОРО), через які фіксується виручка від продажу алкогольних напоїв.

Якщо алкогольні напої реалізуються в закладі, а споживаються за столиками на терасі, то місцем торгівлі являється саме приміщення закладу. Відповідно, заклад повинен придбати стільки ліцензій, скільки в його приміщенні є РРО (КОРО), через які проводяться розрахунки за алкогольні напої, які реалізуються як в самому закладі, так і на терасі.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Дайте характеристику формату Fast Casual.
2. Дайте характеристику формату Quick Service Restaurant.
3. Дайте характеристику формату Casual Dining.
4. Дайте характеристику формату Street food.
5. Дайте характеристику формату Fast food.
6. Дайте характеристику формату Food Court.
7. Дайте характеристику формату Free flow.
8. Дайте характеристику формату Fine Dining.
9. Дайте характеристику родинного ресторану.
10. Дайте характеристику клубного ресторану.
11. Назвіть зклади швидкого обслуговування, що діють на території України.
12. Вкажіть переваги заміських ресторанів.
13. Які особливості має кухня та інтер'єр заміського ресторану?
14. Які фактори мають бути враховані при виборі території для заміського ресторану?
15. На яку групу споживачів розрахований заміський ресторан?

Тестові завдання:

1 Fast Casual – це

- 1) формат, який знаходиться між фаст-фудом і демократичним рестораном;
- 2) формат ресторану швидкого обслуговування;
- 3) формат демократичного ресторану.

2 Fast food – це

- 1) формат підприємства, що спеціалізуються на монопродукті, а також пропонують своїм гостям і спеціальні пропозиції, сезонні меню, новинки;
- 2) формат підприємства, що організовує велику кількість точок

харчування в одному місці;

3) формат підприємства, що передбачає вільне переміщення гостей торговим залом із можливістю самостійного вибору страв, що готуються в їх присутності.

3 Родоначалником концепції free flow вважається

- 1) Англія;
- 2) Швейцарія;
- 3) Німеччина.

4 В Україні перший заклад free flow відкрився в

- 1) 2000 році;
- 2) 2004 році;
- 3) 2008 році.

5 Фактори, що визначають вигідність заміського бізнесу

- 1) ціни, місткість, сезонність;
- 2) рівень обслуговування;
- 3) дизайн-інтер'єр.

6 Якщо будується класичний заміський ресторан, який орієнтується на жителів сусіднього міста, то його віддаленість повинна становити

- 1) не більше 40 км;
- 2) більше 50 км;
- 3) не більше 30 км.

7 Комплекс маркетингових і рекламних комунікацій заміського ресторану не включає

- 1) презентації та виставки;
- 2) радіо і зовнішню рекламу;
- 3) «сарафанну» рекламу.

8 Найбільша кількість відвідувачів у заміських ресторанах відмічається

- 1) в літній період;
- 2) цілий рік;
- 3) зимовий період.

9 Дозвіл на розміщення стаціонарних літніх майданчиків, побудованих або обладнаних на відведеній землі, видається

- 1) як на самостійний об'єкт;
- 2) тільки після узгодження розміщення об'єкта торгівлі з органами СЕС, Держпожнагляду та Держнаглядохоронпраці;
- 3) всі відповіді вірні.

10 Випробувальний термін для тимчасових працівників літніх майданчиків

- 1) складає 1 місяць;
- 2) складає 2 місяці;
- 3) не встановлюється.

1.3. Організація дозвілля в закладах ресторанного господарства

1.3.1. Організація музичного обслуговування в закладах ресторанного господарства

До організації дозвілля в закладах ресторанного господарства відносять: музичне обслуговування, спортивні ігрові види розваг та розважальні шоу-програми.

На першому місці при організації дозвілля у ресторані стоїть музичне обслуговування, яке поділяється на такі види:

1. «Жива» музика: з використанням класичного фортепіано, струнного інструменту, джазу, музики лаунж у виконанні ді-джея.

2. Використання музикальних автоматів, відео- та аудіоапаратури.

«Жива» музика, зазвичай використовується у закладах високого класу. Для цього до ресторану запрошують професійних музик і артистів. Якість музичного обслуговування залежить від їх професіоналізму, а музичний репертуар – від концепції створення ресторану. До неї можуть належати: символічна, класична, естрадна музика, джаз тощо. Для створення певної атмосфери в залі може звучати музика у виконанні високопрофесійного піаніста, акордеоніста, скрипаля, гурту музикантів та співаків тощо.

Сучасні високотехнічні музичні автомати забезпечують якісне відтворення звуку з вінілових і компакт-дисків, кількість яких може бути від 50 до 120 залежно від моделі. Існують моделі музичних автоматів, якими можна керувати на відстані за допомогою дистанційного пульта. Надається і така можливість програмування послідовності озвучування музичних композицій. Особлива функція музичного автомата це те, що він дозволяє залучати відвідувачів до створення певних музичних композицій за своїми уподобаннями. Музичний автомат встановлюється на підставці або кріпиться на стіні. Дизайн музичних автоматів підходить до залів з будь-яким інтер'єром: вони можуть бути виготовлені в стилі ретро або модерн. Це гарно доповнює гармонію елементів декору закладу.

В усіх випадках музичний автомат стає акустичним та оптичним фокусом приміщення ресторану, кафе, клубу, який заворожує гіпнотичним блиском хромованих деталей, ланцюжків вогнів з постійно змінним кольором, а в деяких моделях бульбашками повітря, які піднімаються вгору по скляним трубкам.

Встановлення сучасної аудіо- та відеоапаратури дозволяє не тільки озвучувати зали ресторанів, а й демонструвати відеоролики, дивитися інші спортивні передачі та ін.

Однією з останніх розробок у сфері звукової техніки стало «караоке», яке швидко стало популярним по всьому світу. Караоке це спеціальна технологія запису звуку на цифрових носіях (звукові та комп'ютерні компакт-диски, диски формату MP3 та DVD) при використанні якої на носіях окремими потоками у цифровому вигляді записуються всі інструменти, голоси та так звані «відео-ряд», в якому містяться відео-кліпи та тексти пісень. При відтворенні таких

записів одночасно зі звукорядом (пісня або мотив) на екрані демонструється відео-ряд. особливістю є те, що у будь-який момент можна відключити голос співака-виконавця (або всіх виконавців, якщо їх декілька), у той же час на екрані з'являться тексти пісень (у вигляді титрів), швидкість подання яких відповідає голосу-оригіналу. Слухаючи звукоряд та сприймаючи титри з екрана, люди співають у мікрофон, та отримують можливість спробувати себе як співака.

При ресторані можна організовувати широкий спектр послуг-розваг, який наближає такий заклад до клубного формату. До них належать шоу-програма, дискотека, виступи ілюзійників тощо.

Якщо поєднувати ресторан з нічним клубом зазвичай ускладнюється робота з музичного обслуговування. Головним елементом концепції клубу, звичайно стає особа ді-джея, який, створюючи музичні композиції, формує особливу атмосферу та настрій гостям. Робота його полягає у міксуванні (поєднанні) музики з ритмом таким чином, щоб перехід однієї композиції до іншої був практично непомітним. Таким чином формується сет, що забезпечує звучання музики майже без перерви. Висококваліфіковані ді-джеї за допомогою спеціальної апаратури (сиквенсори, музичні процесори, тощо) додають до міксованих композицій різні акустичні ефекти. Ді-джей зазвичай може працювати з різними стилями, створюючи мікси згідно зі своїми уявленнями та уподобаннями (диско, фанк, хіп-хоп, ейсід-джаз, драм-енд-бейс, техно, хаус, латино, трабл, даб, тренс тощо). Така людина має бути артистична, яка здатна відчувати настрій гостей.

Також у клубі можуть працювати одночасно декілька ді-джеїв. Кожен з них демонструє різні напрямки, стилі, течії, використовує різні музичні прийоми. Для того щоб перевірити правильність вибору вони застосовують даплейти це авторські записи музичних композицій, які перевіряються на данс-полі тобто на танцювальному майданчик, щоб виявити сприйняття музики аудиторією. Періодично зазвичай ді-джеї обговорюють особливості створених ними композицій, які сприяють подальшому розвитку цього напрямку розваг.

Головним для забезпечення якісного музичного обслуговування є професійна спеціальна апаратура, і також інжинеринг при проектуванні, монтажі, інсталяції професійного обладнання для фонового озвучування закладів.

1.3.2. Організація спортивного дозвілля в закладах ресторанного господарства

Постійно зростає кількість людей, матеріально забезпечених та здатних витратити певну кількість грошей для того щоб провести своє дозвілля поза домом.

У денний час все більшість успішно працюючих людей стали приділяти більше часу спорту, підтримці хорошої фізичної форми, відвідуючи певні тренувальні заняття, тенісні корти, басейни, тренажерні зали. На сьогоднішній час

ведення здорового способу життя стає більш звичним. Зростає число людей, здатних дозволити собі оплачувати спортивні розваги, тому привабливим виглядає створення місця, де б поєднувалися послуги харчування, обслуговування та спортивні та розважальні послуги, здатні задовольнити відвідувачів.

Зазвичай місцем, що поєднує в собі атрибути спортивного відпочинку може бути клуб, який знаходиться у зручному місці, пропонуючи більярд або американський пул, дартс і боулінг. Для гри в такі спортивні ігри відвідувачу не потрібний спеціальний спортивний одяг, та обсяг отриманих задоволень не менший, як від справжніх занять спорту.

Споживачі завжди зможуть скористатися послугами бару в якому буде запропонована велика кількість безалкогольних напоїв та коктейлів, а з спиртних напоїв будуть представлені різноманітні сорти вина та пива. Більш міцні спиртні напої барі продаватимуться за високими цінами, це дозволить створити попит серед споживачів на більш легкі напої.

Необхідним атрибутом клубу повинна бути «хороша» музика. Клієнт, приходячи в такий клуб, отримує цілий комплекс послуг, які в даний момент пропонуються частково деякими місцями відпочинку. Клуб повинен бути оформлений на високому рівні та пропонувати послуги відмінної якості, тобто постачати на ринок конкурентоспроможну послугу.

Зазвичай у клубах організація гри в більярд є основною послугою, а послуги ресторану та бару - додатковими, хоча, як свідчить практичний досвід, їхні доходи перевищують ніж доходи від гри в більярд. Поєднання гри в більярд з послугами ресторанного господарства має позитивне значення, особливо при організації клубної гри. Маркер – це людина, яка працює в більярдних клубах, при ресторанах та кафе, стежить за правилами поведінки у більярдних столів, стежить за столами, кулями та киями, доглядає за більярдними інструментами. Кулі постійно протирає від пилу та мілка, стежить за чистотою та зберіганням більярдного столу. Якщо сталася пропажа якоїсь речі в клубі (куля, крейда або кий) з маркера стягується вартість даного предмета. Щоб бути маркером потрібно не лише розбиратися в одному більярді. У цій професії потрібний як професіоналізм у грі, так і знання психології гравців. Як правило, посаду маркера займають люди, щиро захоплені більярдом та мають досить високу кваліфікацію у цьому виді спорту. Навіть якщо за грою в більярд почнеться бійка то маркер зобов'язаний як охоронець їх розборонити. Зазвичай, крім невеликої зарплати, маркер отримує чайові, які нерідко набагато перевищують зарплату. Успішна робота більярдного клубу полягає в тому, чим більший обсяг наданих послуг – як основних (більярд), так і додаткових (бар, ресторан).

На сьогоднішній день більярдні клуби бувають за трьома моделями: комерційною, спортивною і елітною. В комерційних більярдних клубах більярд виконує роль магніту, який притягує гравців, які хочуть відпочити з відповідним рівнем сервісу. В спортивних більярдних клубах створюються умови для змагань та тренувань професіоналів-більярдистів, гра яких викликає великий інтерес у любителів цієї гри. Їм надається можливість проводити

любительські турніри. Послугами елітних більярдних клубів зазвичай користуються люди з високими доходами. В основі їхнього комерційного успіху лежить створення ексклюзивної атмосфери комфорту за відповідну ціну. Меню та винна карта там мають бути, як у ресторані і барі високого класу.

В усіх більярдних клубах ціни на страви і напої мають бути дещо нижчими, ніж в аналогічних закладах, що компенсує значні витрати, які пов'язані з орендою більярдних столів. Для барів комерційних більярдних клубів характерне споживання у великій кількості пива, тому в преїскуранті передбачено не менше трьох видів розливного та до восьми видів напою в пляшках. Непоганий попит має і горілка. Присутні в меню також вино та коньяк, причому які порівняно дешеві, так і дорогі марки. Меню ресторану зазвичай складається з м'ясних страв і салатів. Може бути і меню, характерне для бару - мисливські сосиски або ковбаски тощо.

Бар елітного клубу за асортиментом напоїв повинен відповідати бару високого класу.

В меню ресторану елітного більярдного клубу може бути до чотирьох перших та до 12 холодних страв та закусок, до п'яти гарячих закусок, до 25 других страв (60 % з них - страви із м'яса і риби), до восьми десертів. З урахуванням «більярдної» специфіки готують спеціальні страви, які можна споживати в процесі гри. Споживач повинен мати можливість замовити страву у будь-якому місці більярдного клубу.

У комерційних клубах, де ресторану та бару надають великого значення, кількість місць значно більша за кількість більярдних столів. У комерційних та спортивних більярдних клубах вважають, що зал для більярдної гри та споживання їжі не слід розділяти, оскільки поєднання гри та сервісного обслуговування створює специфічну атмосферу. Деякі відвідувачі приходять сюди не просто пограти, а й «покрасуватися на публіці», інші полюбляють не тільки харчуватися, а й спостерігати за грою як за своєрідним безкоштовним шоу.

В елітних більярдних клубах вважають, що зал для більярдної гри та споживання їжі і напоїв мають бути відокремленими. При визначенні площі приміщень, на якій встановлюється більярд, слід враховувати вид гри: американський більярд (пул) або російський більярд. Довжина першого 6-9 футів, другого – 6-12 футів, ширина – вдвічі менша. Для професійних гравців підходить тільки 12-футовий стіл. В інших випадках поряд із 12-футовим встановлюють столи іншої довжини, оскільки новачкам важко починати гру на такому столі. У вітчизняних ресторанах та клубах надають перевагу російському більярду. Враховуючи, що розігрування партій на американському більярді легше, ніж на російському, ним частіше користується молодь та жінки.

Для створення більш вищого рівня комфорту для споживачів у процесі гри на кожний стіл передбачено від 30 до 40 кв. м. щоб визначити загальну площу ігрової зали дану цифру перемножують на кількість більярдних столів, додають площу, необхідну для розміщення барної стійки, столів для споживачів, які користуються послугами кухні, а також столів та крісел, розміщених поряд з більярдними столами які призначені для відпочинку

гравців та їхніх друзів. При створенні більярдного клубу рекомендовано встановлювати не менше 4-5 більярдних столів, оскільки відвідувачі не захочуть довго чекати та за наявності черги скористаються послугами конкурента. Розміщення більярдного клубу може бути доречним у людному та «спальних» районах, адже потенційні відвідувачі недорогих більярдних клубів неохоче їдуть у центр міста, а ось для клієнтів елітних клубів, які мають власний транспорт, час у дорозі не має суттєвого значення.

Для успіху роботи більярдного клубу важливе значення має якість більярдних столів. Особливу увагу слід приділити, вибору столів, рекомендовано тільки тих фірм, які гарантують їх подальше обслуговування та ремонт. У зв'язку з тим, що більярд планується ввести до складу олімпійських видів спорту, то, безумовно, новий напрям бізнесу з використанням більярдних столів є перспективним.

Стандартна довжина доріжки для боулінгу – 25,41 м (включаючи зону розбігу, доріжку та машину для установки кеглів – пінспоттер). А також ще 1-1,5 м займе прохід для обслуговування пінспоттера, ще 3-5 м – зона відпочинку для гравців. Додаткову площу займають також технічні проходи, місце для бару та більярду.

Ширина залу розраховується також виходячи з кількості доріжок. Для двох вимагається 3,46 м, для 3-х – 5,25 м, для 4-х – 6,85 м, для 6-ти – 10,23 м і т. д. Всього ж на одну доріжку припадає приблизно 55 кв. м (це по мінімуму), а висота приміщення ніяк не може бути нижче 4 м (для комфорту гравців).

Повноцінний боулінг-клуб – це не тільки кілька доріжок, набір куль та капців, але і ціла інфраструктура для відпочинку, де гість може провести весь вечір. Завдяки цьому при виборі відповідного приміщення або при будівництві нового необхідно забезпечити зручні під'їзні шляхи з боку транспортних магістралей та місце для паркування машин.

Головна деталь обладнання – пінспоттер – спеціальний та досить складний механізм для збору та розстановки збитих кеглів. До його винаходу цю трудомістку та досить небезпечну операцію доводилося виконувати обізнаній людині. Конструкція пінспоттера має більше трьох тисяч різних деталей, і тому найважливіша вимога до неї – надійність та довговічність. Повний комплект включає в себе також систему автоматизованого повернення куль (її конвеєр проходить під настилом площадки); систему автоматичного підрахунку очок (головний компонент її – монітор, на якому навпроти імен всіх гравців відображаються очки); доріжку. Для покриття доріжок використовують дерево чи синтетичні матеріали але, якщо перше зазвичай дорожче, то фахівці радять через довговічності вибирати останнє.

За аналізом професіоналів ринку, одна доріжка зазвичай буває завантажена 6,5 - 8,5 години на добу. За рік вона здатна принести від \$ 50 тис. до \$ 60 тис. такої суми цілком достатньо, щоб окупити її вартість з урахуванням всіх витрат. Хороший бар з алкогольними напоями забезпечує не менше 40 % прибутку клубу. Лише більярдні столи, які встановлені в багатьох клубах, істотного прибутку не приносять, виконуючи зазвичай функцію додаткового

розваги: відвідувачі боулінг-клубів ганяють «малі кулі» лише в очікуванні черги до «великих».

Більшість клубів відкривають на своїй території невеликі спеціалізовані магазинчики з фірмовою атрибутикою для особливих цінителів гри: кулями, засобами для догляду за ними, спеціальним взуттям, різними аксесуарами, футболками, сувенірами. Зазвичай, прибуток від подібної вузькоспеціалізованої торгівлі невеликий (до 5%), але магазин здатний привабити особливо тонких цінителів гри.

Власники боулінг-клубів проявляють не меншу фантазію, ніж організатори нічних клубів. Усі власники клубів не рекомендують відкривати боулінг менш ніж на десять доріжок. Чим більше кількість доріжок, тим менше питомі витрати на кожну. Якщо в клубі в три зміни на 14 доріжках працюватиме 18 чоловік, то така кількість працівників, потрібно було б для семи доріжок.

У нашій країні основна частка відвідувачів боулінг-клубів припадає на тих, хто вважає боулінг як вид розваги або сімейний відпочинок. Частка гравців, що вважають боулінг спортом, становить не більше 10%. У США ситуація зовсім протилежна. Основна маса гравців боулінг-клубів - це люди, які об'єдналися в команди (так звані «ліги»), які змагаються друг з другом практично цілий рік. Вони зазвичай купують абонемент на відвідування клубу відразу на кілька місяців вперед, тим самим приносять його власнику гарантований прибуток. Звісно, що продаж абонементів більш вигідний, чим реалізація «разових» квитків.

Експерти вважають, що в нашій країні такий рух також може отримати свій розвиток. Адже прагнення до перемоги закладено в кожному гравцеві, незалежно від виду спорту. Вже зараз у більшості вітчизняних клубах проводяться місцеві турніри, де всі бажаючі скидаються по певній сумі грошей де 70 % призового фонду отримує переможець, а 30 % в якості комісійних - власник клубу.

Для відвідувачів боулінг-клубів особливе значення має наявність в них барів, ресторанів, піцерій, дитячих кімнат. Смачна кухня, якісне обслуговування, інтер'єр приміщень, музичний супровід, комфорт, розумне співвідношення між ціною послуг та їх якістю, як правило, позитивно впливають на рішення відвідати боулінг-клуб.

Для задоволення інших потреб споживачів, пов'язаних з бажанням позмагатися, заклади ресторанного господарства можуть запропонувати ряд послуг: дартс, гра в шахи чи шашки та ін.. Для цього у залі ресторану повинні бути створені певні умови: для гри в дартс передбачають вільну площу з тим, щоб не заважати іншим гостям; для гри в шахи (шашки) — поряд з обіднім столом можна встановити невисокий шаховий стіл з двома комфортними кріслами. В клубах можуть поєднуватися різні види розваг, які дозволятимуть задовольнити різноманітні потреби і уподобання гостей.

Бібліотеки розміщують здебільше у готельних господарствах для відпочинку які розміщуються у приміщеннях адміністрації, побутових та культурно-масових. До бібліотеки відносять читальні зали, приміщення для

збереження книг та підсобні приміщення. Читальні зали передбачаються непрохідними, з одним входом та мають добре природне або штучне освітлення. У них відбувається видача та отримання книг, робота з книгою і експозиція періодичних видань, книг. Читальні зали облаштовують кафедрою видачі книг, читальними столами, книжними шафами чи стелажми для книг, виставковими вітринами, стільцями.

1.3.3. Організація розважальних шоу-програм в закладах ресторанного господарства

Завдяки умовам жорсткої конкуренції на ринку ресторанного господарства для залучення та збереження споживачів, котрі користуються певним закладом, рекомендовано створювати неповторну атмосферу, притаманну тільки даному підприємству. Це можна отримати завдяки синергетичному ефекту багатьох факторів, наприклад, тематичний дизайн, якісне обслуговування, якісна чи специфічна кухня і т. ін., та правильна організація шоу-програм. Для сучасного етапу розвитку ресторанного господарства характерна поява все більшої кількості закладів клубного формату, де шоу-програмам надається надзвичайно велике значення. В цих закладах на шоу-програму продаються білети, зазвичай у нічних клубах. У багатьох закладів ресторанного господарства вона не є головною статтею доходу. Основним є те, що виграшний проект сприятиме задоволенню потреб споживачів в організації відпочинку та підвищить репутацію закладу.

При цьому потрібно враховувати інтереси деяких груп споживачів, перш за все їхній вік. Адже, у молодіжних закладах слід забезпечити помірний вибір страв і напоїв, розважальні програми повинні бути розраховані на постійних клієнтів, для яких безперервний рух є особливим стилем життя.

У розважальних закладах для відвідувачів зрілого віку особливе значення мають затишок, спокійна або класична музика, ненав'язливий сервіс, вишукане обслуговування, азартна гра в казино. Упродовж вечора можна запропонувати певну шоу-програму.

Друга важлива частка – інтереси відвідувачів, за якими їх можна поділити на дві основні групи: споживачі ресторанів та кафе сімейного типу і споживачі закладів «за інтересами» – кабаре, більярд, боулінг, кегельбан, фітнес-центр, топлес, стриптиз тощо. Якщо більшість із перерахованих розваг надається одним закладом, зазвичай це заклад клубного формату.

У закладі ресторанного господарства сімейного типу передбачені окремі зали для розваг дітей. Для цього запрошують аніматорів, акторів казкових персонажів, проводять квести, вікторини, дискотеки.

Для досягнення цілі розважальний заклад повинен надати відвідувачеві програму за різними напрямками розважальної індустрії. Для цього він повинен мати:

- кваліфіковані кадри співробітників, що добре знають свою справу;
- кілька танцювальних залів з якісною акустикою та світлом, з «живим» ді-джеєм, з різними стилями музики;

- коктейль-бар з феєричною демонстрацією своїх коктейлів («джамбо»);
- ресторан з вишуканою кухнею, відповідним обслуговуванням та «живою» музикою;
- більярд, боулінг;
- казино, ігрові автомати;
- кілька залів «за інтересами»: стрип- чи топлес-зал, джаз-зал чи зал для перегляду відеофільмів.

У закладі ресторанного господарства також можна організовувати деякі розважальні програми:

- конкурси - найбільш поширена розважальна шоу-програма. Гості самі беруть в них участь. Чим веселіше та цікавіше організований конкурс, тим яскравіші спогади про той чи інший заклад ресторанного господарства;
- циркові номери з участю жонглерів, фокусників, факірів, дресирувальників різних тварин;
- святкові заходи за інтересами забезпечуються спеціальними шоу-програмами, наприклад: презентація альбомів чи відеокліпів сучасного виконавця, поетичні вечори, вечори присвячені виходу на екран нового фільму, ювілею відомого актора, показ колекції одягу відомого кутюр'є тощо;
- виступ професійного (професійних) ді-джея зі своєю власною програмою;
- виступи починаючих акторів. Вони необхідні як для актора де молодий виконавець одержує можливість виступити перед широкою аудиторією, так і для закладу та його гостям;
- виступи артистів розмовного жанру – акторів, сатириків, гумористів, пародистів, клоунів і т.ін., які завдяки особливому інтонаційному забарвленню, темпу та ритму вимовляння фраз або віршованих рядків, силою звуку, мовною характерністю створюють неповторний образ того, про що або про кого розповідають;
- виступи «зірок першої величини», які надають можливість гостям побачити їх, та одержати насолоду від їх виступу;
- виступи шоу-балету дають можливість отримати насолоду від хореографії і костюмів;
- організація різних видів змагань в клубі у вигляді шоу, наприклад з боулінгу чи більярду;
- організація шоу-програм із сюрпризами, зазвичай, як правило, запрошують представників засобів масової інформації.

Якість розважальних програм і різнобічність репертуару активно сприяє збільшенню попиту на послуги закладу ресторанного господарства. Але потрібно пам'ятати, що до вирішення даної проблеми слід підходити комплексно: стійке становище закладу на ринку ресторанного господарства можливе тоді, коли в ньому успішно поєднуються яскраве шоу, якісна кухня, висококласний сервіс та атмосфера свята, і звичайно відповідність ціни та якості послуг.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Назвіть види організації дозвілля у закладах ресторанного господарства.
2. Назвіть особливості музичного обслуговування в закладах ресторанного господарства.
3. Які види спортивних розваг пропонують заклади ресторанного господарства?
4. Назвіть особливості організації спортивного дозвілля в закладах ресторанного господарства.
5. Назвіть форми поєднання більярдної гри з підприємствами ресторанного господарства.
6. Назвіть переваги від надання послуг спортивного дозвілля в закладах ресторанного господарства.
7. Назвіть особливості організації розважальних шоу-програм в закладах ресторанного господарства.

Тестові завдання:

- 1 Організація дозвілля в закладах ресторанного господарства включає**
 - 1) розважальну шоу-програму та музичне обслуговування;
 - 2) розважальну шоу-програму, музичне обслуговування, спортивні ігрові види розваг;
 - 3) концертну програму та організацію виставок.
- 2 Маркер - це людина, що працює**
 - 1) в маркетинговій компанії;
 - 2) в більярдному клубі;
 - 3) в боулінг-клубі.
- 3 Більярдні клуби відкриваються сьогодні за такими моделями**
 - 1) комерційною, елітною, розважальною;
 - 2) розважальною, спортивно-розважальною, комерційною;
 - 3) комерційною, спортивною та елітною.
- 4 Більярдний стіл для професійних гравців має бути**
 - 1) 6 футів;
 - 2) 9 футів;
 - 3) 12 футів.
- 5 Для комфортної гри в більярд на кожний стіл передбачено**
 - 1) від 20 до 30 кв.м;
 - 2) від 30 до 40 кв.м;
 - 3) від 40 до 50 кв.м.
- 6 При створенні більярдного клубу слід встановлювати**
 - 1) 1 більярдний стіл;
 - 2) 3-4 більярдні столи;
 - 3) 7-8 більярдних столів.
- 7 Пінспоттер - це**

- 1) пристрій, що автоматично розставляє кеглі у боулінг-клубах;
- 2) трикутник для більярдних куль;
- 3) працівник, що розставляє кеглі у боулінг-клубах.

8 Стандартна довжина доріжки для боулінгу

- 1) 25,4 м;
- 2) 27,2 м;
- 3) 28,6 м.

9 До бібліотеки належать

- 1) читальні зали, приміщення для зберігання книг;
- 2) читальні зали, підсобні приміщення;
- 3) читальні зали, приміщення для зберігання книг, підсобні приміщення.

10 У читальних залах відбувається

- 1) робота з книгою і експозиція періодичних видань, книг;
- 2) видача і отримання книг, заходи присвячені бібліотечним святкам;
- 3) видача і отримання книг, робота з книгою і експозиція періодичних видань, книг.

РОЗДІЛ 2.

ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПЕВНИХ КОНТИНГЕНТІВ СПОЖИВАЧІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Організація обслуговування дітей в закладах ресторанного господарства

2.1.1. Характеристика закладів ресторанного господарства для дітей

Харчування дітей організують в різних типах закладів ресторанного господарства: дитячих ресторанах, дитячих кафе, ресторанах з дитячим залом (дитячим відділенням), дитячих барах або дитячих кафе-барах, дитячих кондитерських, а також в закладах ресторанного господарства на базі закладів з організації дозвілля (дитячих клубів, будинків клоунів, боулінг-клубів, нічних клубів, фітнес- центрів, кінотеатрів, театрів, музеїв, центрів розваг, торговельно-розважальних комплексів тощо).

Згідно норм ДБН рекомендовано розташовувати заклади ресторанного господарства для відпочинку та розваг дітей в зонах житлової забудови, домах дитячої творчості, великих торговельно-розважальних центрах, у зонах відпочинку, спортивно-оздоровчих центрах, , дитячих театрах і кінотеатрах, спеціалізованих школах мистецтва. Краще розташовувати їх в окремих будівлях, що дає змогу облаштувати за певним стилем прилеглу територію, встановити дитячий ігровий майданчик, гірки, спортивний майданчик, спеціалізований майданчик для кінних прогулянок тощо.

Інтер'єр торгових залів закладів ресторанного господарства для дітей бажано здійснювати з урахуванням типу та назвою певного закладу, і за сприйняттям оточуючого середовища дітьми різних вікових категорій: фарбувати стіни залів рекомендовано світлими яскравими фарбами, на стінах малюють різних персонажів з сучасних мультфільмів, фільмів та казок, розвішують кульки або гірлянди (ажурні, об'ємні, горизонтальні та вертикальні), що мають вигляд птахів, звірів, квітів, риб, фруктів та овочів тощо. Якщо параметри приміщення дозволяють, також можна розташувати дитячий майданчик з гіркою, ігрові будиночки, кулькові басейни, і також додати різноманітні іграшки. На стінах можна повісити цікаві картинки, оригінальні за дизайном світильники.

При оформленні інтер'єру залів дитячих кафе, ресторанів швидкого обслуговування тощо рекомендовано застосовувати елементи декору з фрагментами із популярних мультфільмів та дитячих казок, і при сервіруванні столів — посуд і серветки яскравих кольорів з дитячою тематикою. Завдяки прикрасам виготовлених з паперу, пластику, дерева також можна створити в закладі атмосферу святкового настрою та зробити будь-який захід яскравим, веселим та неповторним. На відміну від більшості матеріалів, які використовуються для декорування приміщення, паперові прикраси які виготовлені з різноманітного виду паперу та застосування цікавих технік в

виготовлені прикрас, вигідно відрізняються своїми формами, забарвленням, багатократністю використання, економічністю, екологічною безпечністю, сферою застосування. За їх допомогою можна декорувати торгові зали, стійки барів та ресторанів.

В закладах ресторанного господарства для дітей надаються ряд різноманітних послуг: послуги харчування, організація дитячих свят, ігрові майданчики, дитячі кімнати з іграшками, ігрові містечка, ляльковий театр, боді-арт, аквагрим, перегляд мультфільмів та кінофільмів, послуги вихователя (няні) або клоуна-няні, виконання домашніх вправ під наглядом, послуги аніматорів, артистів, дитяче караоке, розучування пісень, міні-зоопарк, верхова їзда на конях, поні та віслюках, басейн для дітей, творчі програми, тематичні заняття, дискотека і т.д. Як правило, всі послуги та розваги для дітей є безкоштовними.

Як правило, заклади ресторанного господарства для дітей працюють у денні години. Переважна більшість із них відкривається о 9.00 і зачиняється о 21.00 або працює до останнього клієнта.

В сучасних закладах ресторанного господарства для дітей та батьків, заслуговують на увагу програми споживчої лояльності. Так, закладами пропонуються невеличкі подарунки, сувеніри (наприклад, шоколадне яйце «кіндер-сюрприз» або мильні бульбашки) для всіх маленьких відвідувачів; меню-розмальовка (книжка-розмальовка) і олівці у подарунок; меню-флаер кожному відвідувачу; і кожному імениннику, який відсвяткував свій день народження в такому закладі з організації дозвілля, зазвичай вручають подарунковий сертифікат на користування послугами; розміщення дитячих малюнків у щомісячному конкурсі, переможці якого отримують цікаві і смачні призи; кулька з логотипом ресторану і іграшка у подарунок; відповідно до вікової категорії дітям пропонують їжу безкоштовно чи зі знижками; у особливі дні дітей пригощають безкоштовно; кожна дитина-іменинник стає учасником спеціальної бонусної програми; в окремих дитячих закладах ресторанного господарства оплаті підлягає лише дитяче меню та ін.

Велику увагу приділяють розробці дитячого меню. Асортимент страв дитячого меню залежить зазвичай від типу закладу, асортименту продуктів, сезону тощо. Рекомендовано при складанні меню, для дитячих закладів харчування, необхідно включати страви з дитячими назвами або іменами казкових героїв, і відповідним тематичним оформленням (наприклад: чизбургер «Арлекін-бургер для Гаррі Поттера»; салат зі свіжих овочів з відбивною і картопляним пюре «Бараболик»; помідор який фарширований креветками «Сеньйор Помідор»; курячі котлети «Гребінець» та ін.). Обов'язково в меню мають бути безалкогольні та молочні коктейлі, свіжі фруктові соки, фіто-чай. Для дорослих, що супроводжують дітей, можна запропонувати екзотичний чай «мате».

Одним із найважливіших та непростих факторів, які впливають на розробку дитячого меню, особливо меню дитячого банкету, є вік дитини. Раціон харчування дітей віком від одного до півтора року є досить суворим і потребує певної уваги. Тому не рекомендовано пропонувати дитині до свята

щось новеньке, незвичайне. Дітям які старші півтора року можна запропонувати щось цікавіше, особливо це стосується десертів.

В закладах ресторанного господарства для дітей не рекомендується включати в меню дітям які молодше 4-5 років, такі страви як: мариновані, консервовані овочі і гриби. Де великий вміст солі, оцту і спецій може негативно вплинути на функції кишково-шлункового тракту, нирок, та викликати алергію. Креветки, кальмари і інші морепродукти можна вживати дитині не раніше ніж у три роки, але якщо немає жодних алергічних реакцій, і лише в обмеженій кількості – один-два шматочки. Оселедці та солоня риба стимулюють апетит дитини, але досить висока концентрація солі негативно впливає на нирки.

Замість улюблених дорослими шинки, буженини, сирокоченої ковбаси дітям рекомендовано відварене або запечене м'ясо, також збірні шашлички з кількох нежирних шматочків м'яса бажано телятини. При приготуванні деяких страв із м'яса, птиці можна використати легке обсмажування, особливо якщо йдеться про дітей старше 5-7 років.

Поряд із повсякденним розробляють також меню дитячих банкетів. Зазвичай дитячі банкети присвячуються певним подіям, що мають особливе значення для дитини: день народження, на честь початку (завершення) навчального року, свято Нового року, Різдво, день Святого Миколая, день букваря, день мами, в честь особистих досягнень дитини (перемога в конкурсі, олімпіаді, спортивному змаганні тощо), бал-маскарад (костюмована вечірка); диско-вечірка («Тінейджер паті» – вечірка для підлітків), дитячі fashion-party (покази мод дитячих колекцій, дефіле, театралізовані покази) тощо.

Асортимент страв, представлений в такому меню зазвичай готується із дієтичних та натуральних продуктів, дані страви мають менший вихід і, відповідно, пропонуються за нижчими цінами. Оформляти меню рекомендують так, щоб воно сподобалося дитині та привернуло її увагу, отож не буде зайвим оформити його на яскравому папері та прикрасити цікавими картинками. Текст меню рекомендовано складати у доступному для дитини стилі, було б добре на зворотному боці сторінок нанести розмальовки, загадки, кросворди. У той час як страви готуються, дитина зможе зайнятися ними, та тоді їй треба запропонувати набір кольорових олівців.

Будь-яке дитяче свято не може бути організовано без головного елемента – торта. Діти можуть гратися та радіти святу, але все одно розуміють та з нетерпінням чекають, коли закінчиться розважальна програма, то їм запропонують солодкий стіл. Дитячий торт зазвичай відображає весь стиль свята, і особливу увагу варто приділити саме цьому. Надзвичайно діти люблять все незвичайне і барвисте, тому звичайні торти, які прикрашені, скажімо, квіточками з крему, оскільки вони вважаються простими та не привертають дитячої уваги, Можна зробити дитині дивовижне свято, замовивши торт із зображенням або у вигляді героя улюбленого мультфільму або ж у вигляді іграшки, звірятка.

Ще одна особливість в дитячому закладі ресторанного господарства: якщо доросла людина може подовгу чекати, зазвичай смакуючи особливо вишукану страву, то дитині потрібно подавати страву якнайшвидше, коли вона

хоче їсти зараз, то це не значить, що вона хотітиме і в наступну хвилину. В дитячих ресторанах страви потрібно подавати дуже швидко, наскільки це можливо. Велику роль зіграє в цьому меню, яке розраховане на швидке приготування.

На сьогоднішній час дитяча кухня знаходиться в початковій стадії. Якщо про традиційні кухні можна знайти безліч матеріалу, то дитячою всерйоз ніхто не займається, і тому навчитися їй фактично ніде. Кухарі дитячих закладів ресторанного господарства зазвичай самостійно розробляють рецептуру і оформлення дитячих страв, використовуючи власний досвід, знання дитячої психології і смакових уподобань маленьких споживачів.

Дитячі заклади ресторанного господарства, що працюють з найменшими споживачами, розробляють спеціальне харчування, воду, чаї, та також надають можливість погодувати малюка груддю в окремій спеціальній кімнаті.

При приготуванні страв в дитячому закладі ресторанного господарства забороняється використовувати сировину, виготовлену з додаванням штучних підсолоджувачів, консервантів, барвників, ароматизаторів, підсилювачів смаку, що містять генетично модифіковані організми (ГМО).

Люди, що наймаються на роботу в заклади ресторанного господарства для дітей, обов'язково повинні мати професійну освіту, пройти медичний огляд, санітарно-гігієнічну атестацію, інструктаж з охорони праці і техніки безпеки. Працівники виробництва на період роботи повинні забезпечуватися санітарним, обслуговуючий персонал залів — форменим одягом. Для персоналу, який працює з дітьми (аніматорів, артистів, нянь, гувернанток), бажано повинні мати спеціальну (педагогічну, медичну) освіту.

В закладах ресторанного господарства за наявності окремої дитячої ігрової кімнати для забезпечення спокою батьків практикується встановлювати відеоспостереження. Поки діти бавляться в дитячій кімнаті, батьки в окремому залі можуть спостерігати за ними на великому екрані. Для батьків пропонується окремий зал, та окреме доросле меню.

2.1.2. Організація обслуговування дітей в закладах ресторанного господарства

В закладах ресторанного господарства для дітей обслуговування може здійснюватися як офіціантами, або за методом самообслуговування. Останній метод більше підходить для старших дітей і підлітків, оскільки дозволяє їм почуватися дорослими та впевненими в собі, створює майже домашню атмосферу.

Заклади для маленьких споживачів обов'язково повинні облаштовувати зручними і безпечними меблями. Столи і стільці мають бути виготовлені із міцного пластику; комфорт та безпечність дитині забезпечать стільці з високими бортиками, поверхнею, яка не ковзає, та ременями безпеки (за необхідністю), параметри меблів обов'язково мають відповідати віку дитини.

Для сервірування дитячих столів бажано використовувати міцний порцеляновий посуд різноманітних кольорів. гарним варіантом є посуд, який не

б'ється, наприклад, із полікарбонату, що практично неможливо відрізнити від скляного. Батьки будуть спокійними адже їхні діти не розіб'ють тарілку або чашку, а значить, і не травмуються. Міцний та легкий полікарбонат прискорює та полегшує миття. Його непориста поверхня стійка до плям та запахів. Аби за дитячими столами було весело та святково, краще використовувати посуд двох-трьох кольорів одночасно чи різнобарвний. Для подавання найулюбленішої дитячої солодкої страви – морозива або різноманітних десертів рекомендується використовувати міцні креманки, а для молочних коктейлів гарним варіантом для подачі будуть красиві бокали на низькій ніжці. Для подачі напоїв краще підійдуть склянки різноманітного дизайну виготовлені з полікарбонату, які є довговічними та зручними у використанні. Вони легко штабелюються, зазвичай не злипаються навіть у вологому стані та швидко висихають. Враховуючи значне зношування скляних виробів, очевидно, що посуд із полікарбонату — найбільш економічний варіант для дитячого кафе, ресторану або бару.

Сервірування столів виконують за загальноприйнятими правилами. При цьому використовують паперові або лляні серветки відповідного розміру в залежності від часу приймання страви (сніданок, обід, вечеря), які складають у вигляді різних фігурок.

Зважаючи на те, що діти постійно пориваються кудись бігти, стрибати, голосно розмовляти, сміятися і крутитися, їх намагаються чимось зацікавити. Наприклад, «Peter Dalton» рекомендує зайняти дітей малюванням, але не звичайними фломастерами або олівцями, а столовими наборами.

Слід мати на увазі особливості дитячої поведінки: чим менша дитина, тим складніше їй всидіти на одному місці. Сидіти за столом та терпляче очікувати зміни страв вона не зможе. З цієї причини для дітей краще сервірувати окремий від дорослих стіл, так вони будуть ебе почувати комфортніше. Ставити на стіл десять та більше страв недоцільно. Достатньо три-чотири. Діти любляють яскраві кольори, а цікаве оформлення страви буде запорукою їхнього вибору.

2.1.3. Організація дитячого дозвілля

Дитяче дозвілля, що організують в закладах ресторанного господарства, розрізняється по таким ознаками: видом активності (пасивне і активне дозвілля), періодичністю (щоденне, щотижневе, відпускне, святкове), напрямками діяльності (творче, рекреаційне, культурне, спортивне, декоративно-прикладне, туристичне), тривалістю (короткочасне, довготривале, епізодичне).

Найкращим варіантом для дітей є активне дозвілля (танці, ігри, квести тощо), але якщо добре організувати пасивне (шоу-програми, вистави тощо), то воно також зацікавить дітей та залишить у них незабутнє враження. Частіше організують щотижневе (по вихідних днях) і святкове (день народження) дозвілля.

Тривалість святкування залежить зазвичай від віку дитини. Дошкільнятам довше чим дві години важко знаходитися на одному місці.

Тому, якщо планувати програму більш довший проміжок часу, слід запланувати зміну місця подій. Гарним варіантом буде, те, що після двогодинного святкування в кафе організовується: наприклад, катання на ковзанах. Адже все залежить від фантазії організаторів і фінансових можливостей батьків. Доречно буде запросити на таке святкування ведучого (аніматорів, клоунів). Зазвичай, за невеликим винятком, більшість батьків на протязі двох годин не зможуть постійно утримувати увагу дітей. Доцільним буде переодягання ведучим в костюм казкового персонажа.

Для дітей старше 12 років рекомендують організувати максимальну стилізацію під дорослу вечірку. В данній період свого життя вони дуже емоційно ставляться до свого віку та хочуть казатися старшими. Одже доречним буде святкування зі справжньою дискотекою, караоке, безалкогольними напоями, асортиментом закусок, тостами-привітаннями.

Рекомендовано звернути увагу на підбір персоналу, який працюватиме з дітьми, – вихователів, клоунів, фокусників і акторів, що зображають різних казкових персонажів. Великий успіх мають розіграні спектаклі, особливо коли діти беруть в них безпосередню участь. Також, можна організувати конкурси або ігри з призами, перегляд мультфільмів та дитячих кінофільмів у кінозалі. У деяких кафе зазвичай святкують дитячі дні народження, і різні дитячі свята.

Особливим варіантом організації дитячого дозвілля у закладах ресторанного господарства це програма, що запропонована компанією «Дім «Равлик». Програма організовується за принципом майстерні, де з підручних матеріалів можна виготовити все власними руками. Діти залучаються до діла шляхом поєднання прикладної творчості і ведення бесіди між ведучими, яка наповнена цікавими фактами і вигаданими історіями на задану тему. Де взагалі, спочатку діти стають спостерігачами дивовижних розмов і фантастичних перетворень в руках ведучих, та потім – активними учасниками творчого вигадування історій, де потім потрібно буде власними руками зробити те, що потребує розвиток історії. Гра проходить у вигляді «театру на столі».

До такої майстерні може завітати дитина віком - 2 -15 років, де кожен знайде для себе щось цікаве. Зазвичай малюки їм допоможе створити шедевр своїми руками команда Равликів, а старші гості можуть відпустити свою фантазію та навіть стати дизайнерами власного витвору. Щодо батьків, і вони також можуть долучитися до творчості та разом з дітьми творити справжні шедеври. На протязі всієї програми Равлики не забувають дивувати своїх гостей і друзів, розповідаючи цікаві казки, загадуючи загадки та граючи в інтелектуальні ігри, що не заважає процесу створення шедеврів.

В такій майстерні не має певних критеріїв до обирання теми гри, вони можуть бути різноманітними: «Господарство гномів», «Чарівний чобіток», «Морське царство», «Бджілки-трудівниці», «Лялька-Науковець» «Діти на дорозі» і багато інших. Створити своєрідну позитивну атмосферу під час такої гри в допомозі стануть пісні, віршики які сприяють формуванню активної позиції у кожного учасника програми.

Завдяки різним програмам, дитяче дозвілля в закладах ресторанного господарства організовується так, щоб дитина мала змогу розвиватися і їй було цікаво, не забуваючи при цьому про харчування.

Особлива увага приділяється святковим родинним програмам. Кожна програма родинного свята готується індивідуально для кожної сім'ї. Для складання сценарію рекомендують анкетні опитування для родини, а потім автори можуть надавати пропозиції, виходячи з інтересів іменинника, і гостей, місця проведення свята. Дуже важливим процесом програми є правильно побудувати послідовність розваг, щоб діти не втомилися і їм вони не здалися одноманітними. Слід чергувати активне дозвілля з пасивним, наприклад який конкурс лабіринту який потім плавно переходить в вікторину або малювання.

Якщо свято організовано добре та професійно, то діти насправді починають вірити в казку і перевтілюватися у чарівних персонажів разом з акторами. І таке дозвілля стає святом душі та серця, що приносить велике задоволення не тільки дітям, а й батькам.

Однак, слід зауважити, що кожна підготовка до шоу-програми потребує багато зусиль від персоналу закладу ресторанного господарства. Необхідно забезпечити будівництво сцени, завезення сценічного обладнання, облаштування світлових ферм, звукових порталів, піротехнічних ефектів, прикрашання приміщення, перевірити потужність звуку і т.д. Окрім цього, все це обов'язково повинно відповідати вимогам техніки безпеки.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Дайте характеристику закладів ресторанного господарства для дітей.
2. Назвіть вимоги до розташування закладів ресторанного господарства для дітей.
3. Охарактеризуйте особливості оформлення залів закладів ресторанного господарства для дітей.
4. Назвіть асортимент послуг дитячого дозвілля.
5. Назвіть особливості організації дитячого дозвілля.
6. Назвіть особливості складання меню закладів ресторанного господарства для дітей.
7. Охарактеризуйте види дитячих банкетів.
8. Назвіть особливості сервірування дитячих столів.

Тестові завдання:

1 Організація харчування дітей здійснюється в закладах ресторанного господарства різних типів

- 1) дитячих ресторанах; ресторанах з дитячим відділенням; ресторанах за спеціальними замовленнями; дитячих кафе; дитячих кондитерських ; фаст-фудах;
- 2) дитячих ресторанах; ресторанах з дитячим відділенням; ресторанах за спеціальними замовленнями; дитячих кафе; фаст-фудах;

3) дитячих ресторанах; ресторанах з дитячим відділенням; ресторанах за спеціальними замовленнями; дитячих кафе; дитячих барах, дитячих кондитерських; фаст-фудах.

2 Заклади ресторанного господарства для дітей надають такі послуги

1) послуги харчування, організація дитячих свят; ігровий майданчик; дитяча кімната з іграшками, ігрове містечко; ляльковий театр; боді-арт, аквагрим; перегляд мультфільмів;

2) послуги харчування, організація дитячих свят; ігровий майданчик; дитяча кімната з іграшками, ігрове містечко; ляльковий театр; пул-данс шоу; боді-арт, аквагрим; перегляд мультфільмів;

3) послуги харчування, організація дитячих свят; дитяча кімната з іграшками, ігрове містечко; ляльковий театр; пул-данс шоу; боді-арт, аквагрим; перегляд мультфільмів.

3 Люди, які наймаються на роботу в заклади ресторанного господарства для дітей, обов'язково повинні

1) мати професійну освіту, пройти медичний огляд, інструктаж з охорони праці та техніки безпеки;

2) мати професійну освіту, пройти медичний огляд, санітарно-гігієнічну атестацію, інструктаж з охорони праці та техніки безпеки;

3) мати професійну освіту, не мати судимості, пройти медичний огляд, інструктаж з охорони праці та техніки безпеки.

4 Посуд для дитячих столів

1) міцний порцеляновий посуд, чи посуд з полікарбонату різноманітних кольорів;

2) міцний порцеляновий посуд різноманітних кольорів;

3) порцеляновий посуд, чи посуд з полікарбонату різноманітних кольорів.

5 За напрямками діяльності дитяче дозвілля в закладах дитячого ресторанного господарства може бути

1) творче, культурне, водне, декоративно-прикладне;

2) рекреаційне, культурне, декоративне, спортивне, туристичне, музичне;

3) творче, рекреаційне, культурне, спортивне, декоративно-прикладне, туристичне.

6 За видом активності дитяче дозвілля в закладах дитячого ресторанного господарства може бути

1) активне і пасивне;

2) розумове і рухове;

3) групове і індивідуальне.

7 За періодичністю дитяче дозвілля в закладах дитячого ресторанного господарства може бути

1) погодинне, помісячне;

2) щоденне, щотижневе, відпускне, святкове;

3) короткочасне, щогодинне, щоденне, щомісячне, святкове.

- 8 За тривалістю дитяче дозвілля в закладах дитячого ресторанного господарства може бути**
- 1) періодичне, безперервне;
 - 2) короткочасне, довготривале, епізодичне;
 - 3) короткочасне, епізодичне, безперервне.
- 9 Підготовка до шоу-програми повинна здійснюватися в наступній послідовності**
- 1) завезення сценічного обладнання і будівництво сцени; встановлення світлових ферм, звукових порталів, піротехнічних ефектів, декорування приміщення; перевірка потужності звуку, саунд-чек;
 - 2) завезення сценічного обладнання і будівництво сцени; встановлення світлових ферм, звукових порталів, декорування приміщення;
 - 3) будівництво сцени; встановлення світлових ферм, звукових порталів, піротехнічних ефектів, декорування приміщення; перевірка потужності звуку.
- 10 Більшість дитячих закладів ресторанного господарства працюють**
- 1) з 9.00 до 21.00;
 - 2) з 9.00 до 20.00;
 - 3) з 10.00 до 20.00.

2.2. Організація обслуговування учасників ділових, культурних, громадських та спортивних заходів

2.2.1. Класифікація та загальні вимоги до організації ділових, культурних, громадських і спортивних заходів

Заходи, або івенти (від англ. event — подія) поділяються на дві категорії B2C і B2B (табл. 2.1.). До заходів B2C відносять: корпоративні свята, спортивні змагання, фестивалі, концерти тощо, тобто заходи, розраховані на масову цільову аудиторію. До заходів B2B відносять: конгреси, конференції, форуми, симпозіуми, «круглі столи», семінари, презентації, тренінги, майстер-класи, прес-конференції тощо, тобто заходи, які мають діловий характер.

Організацією ділових, культурних, громадських і спортивних заходів займаються івентори – спеціалізовані івент-компанії або агентства. Вони розробляють, здійснюють підготовку та проводять заходи самостійно або з залученням івент-підрядників, які можуть надавати певні послуги.

Важливою складовою організації подібних заходів є надання послуг харчування. З цією метою за місцем проведення заходу можуть бути задіяні ресторани, кафе, буфети при спортивних спорудах, виставкових центрах та ін. Крім того, за необхідності до обслуговування заходів може бути залучена кейтерингова компанія.

Під час перерв між засіданнями учасникам може пропонуватися обслуговування в діючих та виносних буфетах з певним асортиментом закусок, кондитерських виробів, холодних напоїв тощо. Також перервах широко використовується такі форми обслуговування, як кава-брейк та бізнес-ланч, а по завершенню основного заходу можуть бути організовані банкети з розсаджуванням (обід, чай, вечеря) та без розсаджування гостей (фуршет, коктейль); тоді як перед початком заходу найчастіше передбачають денні прийоми: бокал шампанського і бокал вина.

Денні прийоми (бокал шампанського і бокал вина), як правило, починаються о 12.00 та тривають близько години. На прийомах подають шампанське, вино, соки, а також горіхи, канапе, тістечка. Напої та закуски розносять офіціанти, прийоми проходить стоячи.

Для встановлення та підтримання корисних зв'язків з партнерами та представниками преси при підписанні важливих контрактів може проводитися прийом-сніданок з 8.00 до 15.00, тривалість його складає півтори-дві години.

Вечірні прийоми є більш святковими. Прийом-коктейль та фуршет починаються о 17-18-й годині, тривалість їх складає близько двох годин. У першому випадку офіціанти подають напої та холодні закуски, у другому – гості самостійно підходять до накритих столів. Дані прийоми проходять стоячи, що забезпечує свободу переміщення учасників заходу із метою встановлення ділових контактів.

Прийом-обід з розсаджуванням гостей починається о 17-19-й годині та триває 2-3 години і більше. Для обслуговування гостей може бути передбачено два приміщення: у першому подають основні страви, що передбачені меню, у другому – фрукти, чай, каву.

Таблиця 2.1 – Класифікація заходів та їх характеристика

Тип заходу	Результати для учасників	Результати для організаторів
Ділові Дилерські форуми, конференції, конгреси, ділові сніданки, заходи зі зв'язків з інвесторами	Обмін ідеями, навчання новим навичкам, налагодження нових контактів	Підвищення лояльності існуючих клієнтів і партнерів, залучення нових клієнтів і партнерів, пошук нових ідей, залучення інвестицій, прибуток від заходу
Навчальні, освітні Семінари, тренінги	Навчання новим навичкам, навчання поведінці в нових ситуаціях, підвищення кваліфікації	Збільшення обсягів продажів, підвищення ефективності роботи, прибуток від заходу
Для преси Прес-конференції, прес- тури	Отримання актуальної та достовірної інформації з перших рук	Залучення уваги преси, публікації, позиціонування компанії, антикризові дії
Виїзні заходи Презентації, заходи щодо стимулювання збуту	Отримання інформації про новинки, отримання особливих умов для покупок	Збільшення обсягів продажів, збільшення лояльності клієнтів, залучення нових клієнтів і партнерів
Розважальні Корпоративні свята, внутрішньокорпоративні свята для розвитку командного духу	Розваги, спілкування, зміцнення зв'язків усередині колективу	Підвищення лояльності працівників, залучення уваги преси
Урочисті Банкети, фуршети, ювілеї, прийом гостей	Формування традицій, спілкування, підтримання статусу	Підвищення власного статусу
Благодійні Благодійні обіди, концерти, акції по збору коштів	Можливість допомогти нужденним, спілкування	Демонстрація соціальної відповідальності, залучення уваги преси
Масові Міські свята, фестивалі, виставки, концерти	Розваги, спілкування	Залучення спонсорів, підтримання культури, демонстрація соціальної відповідальності
Спортивні Спортивні змагання	Визнання досягнень, розваги	Масова непряма реклама, залучення туристів, демонстрація соціальної відповідальності

Прийом-вечеря проводиться як і прийом-обід, тільки починається пізніше – о 20-й годині.

Робота із закладом ресторанного господарства за місцем проведення заходу, а за необхідності (наприклад, у виставковому центрі) з кейтеринговою компанією починається із формування замовником мети та завдань, які прагне досягти та вирішити замовник у результаті проведення заходу. Згідно із концепцією та місцем проведення заходу розробляється його план. На наступному етапі складається меню та визначається кількість гостей та вартість кави-брейк і безпосередньо банкету (за столом або фуршет). Узгоджуються та затверджуються форма запрошення, схема розміщення сцени, столів для УІР-гостей і інших гостей по відношенню до сцени, щоб усі гості могли спостерігати за виступами артистів. Узгоджуються дизайн приміщень, форма розставляння столів, їх сервірування, порядок розсаджування гостей, форма офіціантів.

Передбачаються приміщення для складування продуктів, виробничої зони із підведенням води, електроенергії тощо.

До організації заходу задіяні менеджери та виконавці, які відповідають за певне коло питань: наприклад, музично-танцювальну програму забезпечують оркестри, солісти та танцювальні колективи; декорування – декоратори та флористи; спец. ефекти – піротехніки; послуги харчування – кухарі та офіціанти на чолі із завідувачем виробництва і метрдотелем.

2.2.2. Обслуговування за місцем проведення ділових, культурних, громадських заходів

Конгреси, конференції, симпозіуми, семінари, «круглі столи» та інші заходи проводяться в палацах культури, театрах, будинках науково-технічної пропаганди, конференц-залах готелів або виставкових центрів і т.д. За організацією обслуговування в перших трьох вище названих місцях їх можна умовно класифікувати таким чином.

До першої групи належать заходи, які проводяться в палацах культури, театрах, будинках науково-технічної пропаганди за участю жителів міста. Їх звичайно проводять у другій половині дня з однією перервою між засіданнями тривалістю 20 хв. Обслуговують учасників під час перерви, перед початком заходу і після нього.

До другої групи належать заходи, які проводяться за участю іногородніх делегатів протягом одного робочого дня з двома-трьома перервами між засіданнями.

До третьої групи належать заходи, які проводяться за участю іногородніх делегатів протягом декількох днів.

Відповідно до цього складають план обслуговування. Загальні вимоги до організації обслуговування полягають у тому, що в будинках, де проводяться подібні заходи, доцільно передбачати окремі підсобні приміщення для приготування холодних закусок, миття столового посуду, зберігання визначеного запасу продуктів та предметів матеріально-технічного

призначення. Зв'язок між цими помешканнями, які розташовані на різних поверхах, забезпечується за допомогою ліфтів. У вестибюлі, холах та спеціальних залах установлюють стаціонарні буфети, а також фуршетні столи або острівну роздавальну лінію. Їх кількість залежить від кількості учасників заходу.

Залежно від зазначеного групування заходів, може бути запропоновано три варіанти організації обслуговування.

Перший варіант організації обслуговування передбачає обслуговування учасників заходу стаціонарними буфетами та додатково встановленими фуршетними столами-буфетами, на яких передбачений змішаний асортимент виробів: бутерброди, кисломолочні продукти, кондитерські вироби, фрукти, безалкогольні і гарячі напої.

Другий варіант організації обслуговування також характеризується додатковою установкою столів, але не тільки зі змішаним асортиментом, а і спеціалізованих столів-буфетів, які можуть реалізувати гарячі сосиски та ін.

Третій варіант організації обслуговування передбачає установку крім столів зі змішаним асортиментом виробів спеціалізованих столів (буфетів), таких як чайні, кавові, молочні, або столи з реалізації соків, гарячих сосисок.

Важливим є попередній розрахунок кількості виробів, посуду і столових наборів для кожного виду столу та обслуговування всього заходу. Така підготовка до заходу значно полегшує роботу матеріально відповідальних осіб.

Матеріально відповідальна особа складу відповідно до зроблених розрахунків ще до приходу офіціантів та буфетників здійснює підготовку всього асортименту інвентарю та посуду з розрахунку на один стіл, укладає в спеціальну тару та видає старшому офіціанту або буфетнику. У аналогічному порядку завідувач виробництва здійснює підготовку усіх видів продукції, яку комплектують відповідно до розрахункового аркуша.

Столи у вестибюлі та холах установлюють завчасно та покривають їх скатертинами, як для банкету-фуршету.

Від розташування та виду столів залежить їх сервірування. У випадку коли вони встановлені пристінно застосовується одностороннє сервірування. При такому сервіруванні воду, кисломолочну продукцію та фужери розміщують у вигляді трикутника, основа трикутника проходить уздовж сторони столу, яка звернена до стіни.

Між утвореними трикутниками розміщують блюда (лотки), вази із бутербродами, піріжками та тістечками. На торцях столу розміщують соки, а по краю – стопками закусочні тарілки, виделки та ножі.

У випадку коли столи встановлені посередині приміщення застосовують двостороннє сервірування. При такому сервіруванні продукцію в пляшках, келихи та чарки ставлять посередині столу рядами або ялинкою, а між ними – бутерброди, кондитерські, а також інші вироби власного виробництва.

По краях залу біля стін встановлюють столи з реалізації гарячих сосисок та підсобні столи на яких передбачають розетки для сосисковарок. Поруч встановлюють фуршетні столи, на яких ставлять безалкогольні напої (мінеральну та фруктову воду), спеції (перець, сіль, гірчицю), а також столові

набори (виделки і ножі). При обслуговуванні офіціанти кладуть на тарілку відварні сосиски, хліб та соління (огірки, корнішони).

Чайні та кавові столи передбачають ближче до виробничих приміщень, оскільки є необхідність часто носити використаний посуд до мийної столового посуду, доставляти чистий посуд у зал та поповнювати самовари окропом. Робота значно полегшується при використанні одноразового посуду. На окремому столі передбачають термостати, чайники заварні та самовари, а також чашки з блюдцями, вазочки з нарізаним лимоном, цукорниці з грудковим цукром.

Асортимент виробів для чайних столів відрізняється від столів зі змішаним асортиментом: виключені кисломолочна продукція, мінеральна та фруктована вода, також передбачені розширений асортимент та кількість кондитерських виробів. В деяких випадках використовують тільки чайні і кавові столи. Ця форма обслуговування називається «кава-брейк»

Відмінною рисою столів з реалізації кисломолочної продукції є те, що на них передбачають різноманітний асортимент кисломолочної продукції і кондитерських виробів, фрукти.

У деяких випадках на окремих столах виставляють у глечиках соки (по 3-4 найменування). Під час обслуговування їх порціонують, наливаючи у фужери або склянки. Разом з томатним соком пропонують бутерброди. Всі види продукції мають ціnnики.

Для обслуговування столу довжиною 4 м передбачають трьох офіціантів-буфетників. Обслуговування здійснюється таким чином: споживачі підходять до столів-буфетів та у порядку самообслуговування обирають страви, напої, кондитерські та інші вироби і потім розраховуються з офіціантом-буфетником. Гарячі сосиски варить та відпускає офіціант-буфетник, який обслуговує стіл-буфет із реалізації сосисок. Офіціанти забезпечують за порядком на столах, забирають використаний посуд, а також поповнюють столи-буфети продукцією та посудом.

Старший офіціант групи, що обслуговує один стіл, після закінчення процесу обслуговування здає гроші, інвентар, посуд та столову білизну матеріально відповідальним особам.

Окрім столів-буфетів, можуть використовуватися виносні буфетні стійки. Їх обслуговує буфетник, який реалізує вищезазначену продукцію. У такому випадку використовують одноразовий посуд.

2.2.3. Обслуговування учасників заходів сніданками, обідами, вечерями

Учасники заходів, які мешкають у готелях, снідають у ресторанах при готелях, оскільки при поселенні вони оплачують вартість сніданку.

З метою ефективного використання робочого часу учасники ділових заходів забезпечуються і обідами. Обслуговування учасників за місцем проведення ділового заходу може здійснюватися в спеціально відведеному приміщенні у формі «шведського столу» або у діючих закладах ресторанного господарства за попередньою домовленістю.

У першому випадку учасники ділових заходів заздалегідь оплачують усі послуги, що передбачені програмою ділового заходу, в тому числі харчування. У другому випадку безпосередньо після обслуговування, якщо заклад ресторанного господарства знаходиться поблизу місця проведення заходу, або учасники організовано на автобусах добираються до закладів ресторанного господарства, з якими є попередня домовленість про організацію харчування.

У випадку обслуговування значної кількості гостей пропонують комплексні обіди у двох або трьох варіантах.

Ознайомитися з асортиментом страв, що входять до складу комплексних обідів гості можуть при вході до залу. Тут також може бути вивішений план залу із зазначенням зон та відповідних їм варіантів скомплектованих обідів.

Якщо харчування учасників ділових заходів здійснюється за безготівковим розрахунком, то офіціанти роблять розрахунок на початку обслуговування, або наприкінці, якщо учасники ділових заходів розраховуються безпосередньо з офіціантом (розрахунок готівкою).

Учасники нарад забезпечуються комплексними сніданками та вечерьми, які організовують у ресторанах при готелях, та обідами, які організовують в різних закладах ресторанного господарства, передбачених планом обслуговування. Тривалість сніданку при реалізації комплексних видів харчування складає 25-30 хв., обіду – 40 хв.

Вечеряють учасники ділових заходів як правило індивідуально за місцем проживання в готелі або в інших закладах ресторанного господарства. У першому випадку їм можуть бути запропоновані комплексні вечері.

Після завершення ділових заходів передбачається організація банкету (обід, вечеря) з розсаджуванням або без розсаджування за столом (банкет за столом або фуршет). Площа приміщення для організації банкету залежить від норми площі на 1 особу та кількості гостей. Для банкетів з розсаджуванням норма площі складає 1,6 м², для банкетів-фуршетів може коливатися від 0,6 до 1,2 м² на 1 особу. Це залежить від можливості скористатися більшою або меншою площею та програмою банкету (зі сценою з танцювальним майданчиком або без них). Більша площа банкетного залу є зручнішою для роботи персоналу та відпочинку учасників заходу.

Розстановка столів у банкетному залі залежить від форми залу, форми столів та побажань замовника. Круглі столи розставляють індивідуально, а прямокутні – індивідуально або стикують. Між столами передбачають розрив для проходу, який забезпечує зручності для персоналу та гостей.

Можливі наступні види розстановки столів: амфітеатром, навколо сцени, у вигляді літер «П», «Т», «Ш», у шаховому порядку, «ялинкою» та по периметру банкетного залу.

2.2.4. Організація обслуговування на виставках та ярмарках

Заклади ресторанного господарства на виставках забезпечують максимальне охоплення харчуванням всіх відвідувачів і учасників виставково-ярмаркових заходів. Зважаючи на те, що значну частину відвідувачів виставки

складають приїжджі, їх обслуговування організують через стаціонарну мережу з місцями та через виносну торговельну мережу. Відвідувачі виставки повинні бути забезпечені в ресторанах, їдальнях та кіосках обідніми та порційними стравами, гарячими і холодними закусками, бутербродами, молочними, молочнокислими продуктами, напоями тощо. До асортименту продукції стаціонарної мережі з місцями доцільно включити національні страви.

Деякі види продовольчих продуктів, що реалізуються на виставках і ярмарках (шоколад, цукерки та печиво) можуть мати витончену упаковку, яка оформлена згідно з тематикою виставкового заходу. Деякими експонентами виставок продовольчого напрямку організовується продаж продукції власного виробництва на стендах, що тим самим сприяє організації харчування на виставці в цілому.

Виносна торгівля водами, фруктами, морозивом, хлібобулочними виробами, бутербродами здійснюється з лотків і таць. До обслуговування відвідувачів виставки можуть залучатися також заклади ресторанного господарства, що розташовані поблизу виставкової площадки.

Організації харчування учасників виставки приділяється значна увага і на сучасних міжнародних виставках. Яскравим прикладом є стратегічна програма підготовки до проведення виставки «EXPO2000» в Ганновері (період підготовки тривав 12 років). Були створені п'ять «кіл гостинності», які охопили всю територію Німеччини:

- 1-ше коло: модернізовані аеропорти, вокзали, залізниці, готелі та інші об'єкти інфраструктури міста, які першими зустрічали гостей;
- 2-ге коло: нові та оновлені готелі, транспортні засоби, автостоянки, служби сервісу, парки регіону;
- 3-тє коло: основна виставкова територія;
- 4-те коло: служби оперативного сервісу на території виставкового комплексу, в т.ч. мережа пунктів харчування;
- 5-те коло: місця проведення супутніх до виставки заходів: прес-конференцій, національних та тематичних днів країн-учасниць, конгресів, дискусій, форумів, культурної програми тощо.

Усі кола гостинності включали стратегічні аспекти розвитку ресторанного господарства на різних рівнях.

Є приклади, коли мережу ресторанного господарства на виставці представляли 22 заклади, які пропонували споживачам страви з кухонь одразу декількох народів світу: давньоруської, башкирської, азербайджанської, японської, української тощо. Ефективність функціонування мережі закладів ресторанного господарства під час проведення виставки, підтверджена статистикою виставкових заходів минулих років, спонукала організаторів застосувати більш жорсткі критерії відбору претендентів на організацію харчування відвідувачів. Наприклад, однією з умов отримання дозволу на розміщення закладу ресторанного господарства на виставці була відсутність заборгованості підприємства по податкових зборах перед місцевим бюджетом.

Істотними факторами впливу на структуру споживання продукції

ресторанного господарства на міжнародних виставках є національні особливості, соціо-культурні традиції, менталітет відвідувачів, колоритність та неповторність страв тощо. Міжнародна сільськогосподарська виставка-ярмарок «Зелений тиждень», яка проводиться щороку в Берліні, є типовим прикладом популярності української кухні в європейському суспільстві.

Заклади ресторанного господарства, що забезпечують харчування на території виставок, а також обслуговують організовані контингенти споживачів можуть бути зосереджені за територіальною ознакою (концентрація потенційних споживачів на території виставки) і професійною ознакою (залежить від тематики виставкового заходу).

Заклади ресторанного господарства – один із елементів інфраструктури ринку виставково-ярмаркових послуг.

Слід зазначити, що послуги з організації харчування учасників виставки можуть надаватися організаторами виставково-ярмаркових заходів, виставковими центрами або незалежними кейтеринговими компаніями. Організація харчування учасників виставки може здійснюватися як всередині виставкового павільйону так і поза його межами.

В першому випадку використовують стаціонарні заклади ресторанного господарства – ресторани, кафе, кафетерії, буфети тощо або мережу мобільних закладів (пересувних, зі змінюваним місцем розміщення), які створюються на період проведення конкретної виставки. В другому випадку поза межами виставкового павільйону, на території виставкової площадки розміщують заклади ресторанного господарства під відкритим небом та заклади, розміщені в нестаціонарних збірно-розбірних конструкціях.

Один із напрямів організації харчування на виставках — експрес-харчування за допомогою кейтерингових компаній.

Організація харчування на виставках кейтеринговими компаніями здійснюється в таких випадках:

- організація урочистого відкриття та закриття виставки: гала-банкети, розраховані на значну кількість учасників, – від 500 до 3000 осіб;
- організація харчування учасників ділової програми виставки: кавабрейки, ланчі, обіди, фуршети тощо;
- організація харчування на стендах експонентів: доставка скомплектованих раціонів на стенди в термоконтейнерах;
- організація харчування учасників переговорів;
- організація харчування персоналу виставки (штатних співробітників компанії-організатора, виставкового центру, компаній-учасниць);
- обслуговування презентацій.

Нова послуга в сфері виїзного обслуговування — Cash Catering, яка передбачає організацію виїзного кафе (ресторану) у форматі free-flow з платним обслуговуванням відвідувачів виставки. Завдяки використанню прогресивних технологій будь-яке приміщення може бути переобладнане під кафе, в якому кухня займає мінімальний простір. Це дозволяє розмістити максимальну кількість гостей на обмеженій площі.

Варто зазначити, що поза межами виставкового центру харчування

представників компаній-експонентів та приїжджих відвідувачів виставки можна організувати в загальнодоступних закладах ресторанного господарства, які замовляються повністю або частково на період проведення заходу залежно від раціону харчування груп (зазвичай сніданок і вечеря — напівпансіон). Харчування під час обіду поза межами виставкового центру є незручним для учасників та відвідувачів, тому що відволікає їх від основної мети перебування.

Проведений аналіз функціонально-планувальних особливостей формування виставкових комплексів, функціонального зонування території дає можливість

Згідно з мінімальним переліком послуг для міжнародного виставкового заходу, які надаються експонентам та відвідувачам організаторами виставок в редакції Міжнародної асоціації виставкової індустрії, послуги з організації харчування відносяться до загальних обов'язкових.

Організація харчування персоналу стенду може здійснюватися безпосередньо силами самого персоналу за наявності спеціально обладнаного місця (кухні, кухонного куточка) у його виставковому просторі. Для цього застосовується відповідне обладнання, яке умовно можна поділити на спеціалізоване та універсальне.

До спеціалізованого обладнання належить: барна стійка (як правило, використовується трирівнева), мийка, мінікухня, кавоварка, чайник, слайсер, кухонний комбайн, міксер, блендер тощо.

Універсальне обладнання включає: стіл для споживання їжі, стіл для приготування їжі (інколи використовується один багатофункціональний варіант), стільці для персоналу.

Організація харчування на стенді власними силами дозволяє економити час та кошти, сприяє підвищенню ефективності роботи персоналу в цілому. Можливість приготування нескладних страв, напоїв, зберігання продуктів харчування та санітарної обробки посуду на території стенду полегшує організацію обслуговування учасників переговорів, які проходять у переговорній зоні стенду. Наявність на стенді мийки з гарячою водою дозволяє використовувати посуд багаторазового використання (порцеляновий, фаянсовий, скляний, кришталевий тощо). Облаштований кухонний куточок також позитивно впливає на підтримання належного санітарного стану стенду в цілому, полегшує та прискорює процес прибирання, підвищує його якість. Слід відзначити позитивний вплив організації харчування на стенді силами експонентів на морально-психологічний клімат у виставковій команді. В умовах стресу та надмірних навантажень кухонний куточок є тим місцем, де працівники можуть перепочити, відновити фізичні сили та працездатність, що в свою чергу сприяє підвищенню ефективності їх роботи та налаштовує на позитивний лад.

Звичайно, члени виставкової команди можуть скористатися і послугами закладів ресторанного господарства, при визначенні режиму роботи яких слід враховувати, що тривалість перебування даного контингенту в межах виставкової площадки обумовлена режимом роботи виставки та графіком виходу на роботу. Ця група споживачів потребує організації повноцінного

харчування на постійній основі (впродовж всього терміну роботи виставки) та оптимізації роботи організаційно-обслуговуючої системи закладів ресторанного господарства на виставці внаслідок обмеженості перерв.

Відвідувачі виставково-ярмаркового заходу — це контингент споживачів послуг ресторанного господарства, які нетривалий час перебувають в межах виставкової площадки та мають, як правило, разову потребу в організації харчування (основного або додаткового). Це так звані разові споживачі. В окрему групу слід виділити тих, хто відвідує виставку багаторазово (два або більше разів).

Нагальною проблемою організації обслуговування споживачів закладів ресторанного господарства на виставках є невідповідність каналів збуту (їх кількості та нормативної пропускну спроможності) споживацьким потребам і, як результат, накопичення черг (в закладах із самообслуговуванням) або тривале очікування початку обслуговування (в закладах з обслуговуванням офіціантами). Для підвищення пропускну спроможності організаційно-обслуговуючої системи закладів ресторанного господарства на виставках та, відповідно, зростання обсягів реалізації продукції може збільшуватися кількість каналів збуту (роздавальні, барних стійок, офіціантів, касирів). Доцільним є створення максимально розгалуженої мережі з тим, щоб споживач міг придбати продукцію з мінімальними зусиллями. Також необхідною умовою оптимізації обслуговування споживачів закладів ресторанного господарства на виставках є забезпечення відповідності між такими параметрами організаційно-обслуговуючої системи, як сумарна пропускну спроможність каналів обслуговування та залів.

Споживач повинен одержати задоволення як від страв, так і від комплексу послуг.

При розрахунку денної чисельності контингенту споживачів закладів ресторанного господарства на виставці слід враховувати наступні параметри:

- чисельність учасників, які перебувають в межах виставкового майданчика протягом дня (члени виставкової команди, керівництво компанії);
- чисельність учасників ділової програми виставки (конференцій, семінарів, майстер-класів тощо);
- чисельність відвідувачів за день;
- явочна чисельність працівників виставкової площадки;
- чисельність працівників компанії генерального забудовника;
- чисельність працівників організатора виставки в межах виставкової площадки;
- чисельність працівників компаній — приватних забудовників, які здійснюють монтаж, демонтаж та завантажувально-розвантажувальні роботи;
- чисельність працівників транспортно-експедиційних та логістичних компаній, які перебувають в межах виставкової площадки протягом дня;
- чисельність інженерно-технічного персоналу учасників виставкових заходів, задіяних в роботах на виставці протягом дня.

Найбільша питома вага (понад 50 %) належить відвідувачам виставково-ярмаркових заходів. Слід зазначити, що чисельність їх впродовж одного

виставкового заходу змінюється щодня і, за результатами спостережень, є найбільшою в перші два дні роботи виставки. Винятком є виставкові заходи, розраховані на фахівців, доступ на які в перші два дні роботи передбачений лише за запрошеннями або за VIP-запрошеннями; заборонені групові відвідування та вхід на виставку нефахівців; виставкові заходи, розраховані виключно на потенційних споживачів продукції та послуг, наприклад виставка «Яхти та катери», вхід на яку пересічному відвідувачу в перші три дні роботи виставки заборонений. Регулювання потоків відвідувачів здійснюється штучно з метою підвищення ефективності виставково-ярмаркового заходу. Проте подібна практика негативно позначається на відвідуваності закладів ресторанного господарства на виставці.

Напередодні (за три дні до початку роботи) та після завершення роботи виставки (два дні після завершення) контингент споживачів закладів ресторанного господарства, які організують харчування на виставці, формується в основному за рахунок працівників виставкової площадки, представників компанії генерального забудовника та приватних забудовників, які проводять монтажні, демонтажні, завантажувально-розвантажувальні роботи, інженерно-технічного персоналу учасників та членів їхніх виставкових команд, а також працівників транспортно-експедиційних та логістичних компаній.

Наприкінці (останні два дні) роботи виставки контингент споживачів закладів ресторанного господарства формується за рахунок пересічних відвідувачів, в основному нефахівців, колективних відвідувачів (груп школярів, студентів тощо), учасників ділової програми виставки, працівників виставкової площадки та компаній-учасниць.

На особливу увагу заслуговує організація харчування учасників ділової програми виставки. Більшість перерв, що мають місце під час проведення цього заходу, пов'язані з організацією харчування та дозвілля (кава-брейк, ланч, обід, фуршет, перерва для огляду експозиції).

Технічні вимоги до конференц-залів для організації ділових заходів виставки обов'язково включають окреме приміщення для кава-брейків (кава-пауз). Організація обслуговування учасників ділової програми виставок є ідентичною організації обслуговування інших зосереджених контингентів споживачів.

2.2.5. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства при фітнес-центрах

Послуги харчування у фітнес-центрах надаються закладами ресторанного господарства типу ресторан, бар, кафе, буфет. Ці заклади традиційно є оазисами здорового харчування. Для приготування страв тут використовується виключно очищена вода та продукти преміум-класу. Відвідувачам фітнес-клубів також пропонується спортивне харчування, програму якого підбирає дієтолог. Слід зазначити, що в штатному розкладі фітнес-клубу окрім посади дієтолога, передбачена посада лікаря, основним завданням якого є спортивне

тестування клієнтів, оцінка загального фізичного стану з урахуванням перенесених захворювань, проведення антропометричних вимірів, оцінка стану хребта, визначення вихідної кардіо-респіраторної витривалості, розрахунок цільової зони пульсу, визначення індексу маси тіла, максимального споживання кисню та структури тіла у відсотках: вміст м'язової маси, води, жиру, кісткової маси. Лікар надає рекомендації по дотриманню питного режиму під час тренувань, особливостях харчування до та після тренувань з урахуванням поставленої мети. Для лікування та профілактики ряду захворювань, спричинених зайвою вагою, лікарями фітнес-центрів рекомендується дієтотерапія.

Переважає більшість фітнес-клубів пропонує клієнту заводити персональний фітнес-щоденник, в якому прописується індивідуальна програма тренувань, реєструються результати спортивних тестувань, фіксуються спортивні досягнення, а також містяться загальні поради щодо харчування людей, які займаються спортом. Окрему програму харчування лікар та персональний тренер складають з урахуванням індивідуальних особливостей організму клієнта: його самопочуття, кількості, тривалості занять на тиждень, їх виду (силові, аеробні, танцювальні, інтервальні, заняття на гнучкість), досвіду занять спортом, перерв у фізичному навантаженні, травм, операцій, стану хребта, хронічних захворювань, наявності шкідливих звичок тощо.

Найчастіше при фітнес-клубах організуються спортивні бари, суші-бари, фреш-бари, фітнес- та фітобари.

У барах споживачам пропонуються корисні вітамінні коктейлі, фреші, соки тощо. Унікальною послугою фітнес-центрів є реалізація через бари кисневих коктейлів. У цьому випадку вони оснащуються спеціальним обладнанням – кисневим коктейлером та концентратором. Додатковою послугою закладів ресторанного господарства фітнес-центрів є доступ до Wi-Fi інтернету.

Ресторани зазвичай мають декілька залів різної місткості та літній майданчик. Бажаною є можливість розміщення професійної сцени, проведення піротехнічних шоу-програм та лазерних шоу при організації банкетних обслуговувань. Деякі фітнес-центри у складі ресторанів мають власні винні зали, в яких представлено близько 2 тис. видів цього напою з різних країн світу.

Види банкетів, що проводяться на базі фітнес-центрів:

- класичні банкети (для членів клубу або широкої аудиторії);
- класичні фуршети (для членів клубу або широкої аудиторії);
- корпоративні банкети (для трудових колективів);
- банкети з нагоди державних свят для членів клубу (передбачається вхід за клубними картками);
- банкети з нагоди святкування Дня народження клубу для його членів та співробітників (вхід за клубними картками);
- весільні банкети;
- випускні вечори;
- дитячі банкети.

Особливістю організації банкетів на базі фітнес-центрів є значна частка

дитячих заходів (як правило, з нагоди дня народження). Відповідно до тематики банкетні супроводжуються спортивною та шоу-програмою, передбачають запрошення артистів, аніматорів, дресированих звірів тощо.

Спеціальною пропозицією від закладів ресторанного господарства фітнес-центрів є організація виїзних обслуговувань: пікніки на природі для членів клубу, організація виїзних корпоративних свят.

Упродовж року в межах одного фітнес-центру проводиться близько 150 клубних заходів, третина з яких супроводжується банкетним обслуговуванням. Банкети влаштовують не лише на честь державних свят чи з нагоди Дня народження клубу, а також на честь переможців внутрішньоклубних та міжклубних спартакіад, змагань, веселих стартів, міжнародних фітнес-конвенцій, спортивних з'їздів та конференцій, перемог тренерів клубу на всеукраїнських, європейських та всесвітніх олімпіадах тощо.

Виняткова увага у фітнес-центрах приділяється спортивному харчуванню. Воно складається з комплексу харчових добавок, які мають підвищену харчову і біологічну цінність, виготовлені з урахуванням високих технологій із натуральних продуктів. Спортивне харчування характеризується науково обґрунтованою підвищеною харчовою ефективністю порівняно зі звичайними продуктами. Воно дозволяє значно збільшити кількість поживних речовин, вітамінів, мінералів, мікроелементів і нутрієнтів, необхідних організму при заняттях різними видами спорту.

Різні продукти спортивного харчування служать різним цілям. Спортивне харчування допомагає швидко набрати м'язову масу, збільшити силу, підвищити витривалість, скинути зайву вагу або набути бажаної форми.

Основні продукти спортивного харчування: протеїни, креатин, амінокислоти, карнітін, гейнери, жироспалювачі, вітамінно-мінеральні комплекси.

Споживачами послуг закладів ресторанного господарства фітнес-клубу є його члени – постійні відвідувачі. Слід зауважити, що переважна більшість клубів пропонує реалізацію абонементів тривалістю один рік, півроку, квартал, рідше один місяць. Є пропозиції абонементів повного дня з урахуванням вихідних днів та ранкові абонементи (клієнт може відвідувати клуб з моменту відкриття до визначеної години – зазвичай до 16.00 або 17.00). Ранкові абонементи не включають вихідні дні. Всі клубні картки передбачають визначений термін «заморожених» днів (дні, на які абонемент подовжується, якщо клієнт не відвідує фітнес-центр щодня). Для річних карт залежно від клубу він складає 45-90 днів, для карт на півроку – 30-45 днів. Решта більш коротких карт, як правило, не мають днів «заморозки». Вид карти, безумовно, впливає на термін перебування клієнта в стінах фітнес-центру та частоту користування ним послугами закладів ресторанного господарства за місцем тренувань.

Заклади ресторанного господарства при фітнес-центрах повинні орієнтуватися на постійного клієнта, знати та враховувати його побажання і уподобання. Це вимагає від персоналу дотримання стабільно високої якості послуг харчування та дозвілля з метою утримання постійних клієнтів,

забезпечення позитивного іміджу підприємства. Нарощування обсягів реалізації послуг ресторанного господарства в межах клубу може реалізовуватися за рахунок розширення асортименту послуг та залучення додаткових клієнтів, які не є відвідувачами фітнес-центру. Більшість закладів типу ресторану, які діють при фітнес-центрах, орієнтуються на широку споживацьку аудиторію. Територіально їх розміщують таким чином, щоб до них безперешкодно могли потрапити не лише члени клубу, а й споживачі з вулиці. Вони мають декілька входів (виходів). На відміну від ресторанів, кафе та бари зазвичай розміщені на території фітнес-центрів так, що їхніми послугами можуть скористатися виключно члени клубу, а саме: поблизу критих та відкритих басейнів, біля стійки адміністратора, в холі, біля роздягалень, у велнесзоні тощо.

Особливістю асортиментної політики закладів ресторанного господарства при фітнес-центрах є те, що вони пропагують здоровий спосіб життя і, відповідно, пропонують здорове харчування. Більшість закладів не мають в своєму асортименті алкогольних виробів. Винятком є заклади типу ресторану.

Режим роботи закладів ресторанного господарства, які обслуговують членів фітнес-клубів, підпорядковується режиму роботи фітнес-клубів. Стандартний режим роботи фітнес-центрів: з 6.00 до 24.00, у свята – з 7.00 до 23.00. Ресторани, як правило, працюють до останнього клієнта. Всі без винятку заклади ресторанного господарства працюють без перерв, що досягається завдяки стрічковому графіку виходу персоналу на роботу.

2.2.6. Обслуговування учасників спортивних змагань

Харчування команд – учасників спортивних змагань може організовуватися в підприємствах ресторанного господарства при готельних комплексах, спортивних базах, спорткомплексах, стадіонах, в тому числі льодовому, Палацах спорту, іподромах, басейнах, тенісних кортах, клубах, ДЮСШ, спортивних акваторіях, яхт-клубах, спеціалізованих базах (гірськолижні, спелеотуризму тощо) і т.д.

При розробці плану обслуговування необхідно враховувати, що склад команд спортивних змагань включає активну та пасивну частини. Активна частина учасників представлена:

- спортсменами основного (діючого) та запасного (дублери) складу команди;
- тренерським складом (головний тренер, перший і другий тренери, помічники, заступники, капітан-тренер та граючий тренер);
- лікарями універсального (командний лікар) та спеціального спрямування (терапевт, хірург, дієтолог, масажист, психолог та ін.)

До складу пасивної частини учасників спортивних змагань входять:

- група обслуговуючого персоналу (менеджери, асистенти, оператори відеозйомки тощо);
- члени родини активної частини учасників;
- представники клубу тощо.

Окрему частину складає найбільш численна група глядачів спортивних змагань.

Також в окрему групу виділяють певні професійні колективи:

- організатори спортивних змагань;
- співробітники, основним обов'язком яких є підтримання певного порядку до, під час і після змагань;
- група технічних робітників (монтажники та механіки);
- працівники засобів масової інформації, у тому числі телеоператори, радіо- і телекоментатори, кореспонденти газет та спеціалізованих друкованих видань тощо.

Організація обслуговування кожної групи учасників здійснюється в певних типах закладів ресторанного господарства із застосуванням певних видів меню і (або) раціонів харчування, а також форм і методів обслуговування.

Організація обслуговування учасників спортивних змагань за місцем проживання здійснюється у визначених місцях, згідно з певним меню, підібраним командним лікарем-дієтологом з урахуванням енерговитрат, властивих спортсменам певного виду спорту. Вибору виду меню та форм обслуговування активної частини учасників спортивних змагань, зокрема спортсменів основного та запасного складу команди, приділяється велика увага і під час відпочинку, і під час зборів та тренувань.

Спортсменам під час тренувань необхідно отримувати повноцінне харчування 3-5 разів на добу. Триразове харчування складається з сніданку, обіду та вечері; п'ятиразове – з сніданку, ланчу, обіду, вечері та харчування на ніч. Меню залежить від виду спортивних ігор, статі, віку та специфічних особливостей спортсменів тощо. До меню включаються страви, які забезпечують організм відповідною кількістю білків, жирів, вуглеводів, вітамінів та мінеральних речовин.

Усі страви, які передбачені в меню, повинні мати певну кількість калорій, що є еквівалентною енерговитратам. Тобто сумарна калорійність страв не повинна перевищувати енерговитрати спортсмена. При організації харчування спортсменів, які мешкають у готельному комплексі головну роль у формуванні меню відіграє командний лікар.

Для організації харчування учасників змагань у закладах ресторанного господарства готельних комплексів застосовують попереднє накриття столів, організацію «шведських столів», «шведської лінії» та ліній самообслуговування. Як правило використовується комбінований метод обслуговування (обслуговування офіціантами і самообслуговування).

Організація харчування учасників спортивних змагань у закладах ресторанного господарства готельних комплексів включає вирішення багатьох питань. Якщо обслуговується невелика кількість учасників спортивних змагань, то для організації їх харчування умовно виділяється декілька столів або певна частина основного залу. На столи ставлять таблички: «Зарезервовано», «Спецобслуговування», «Учасники змагань» тощо. Таблички можуть бути вироблені з полімерних матеріалів або бути паперовими. їх

розміщують із зовнішнього торця столу ближче до проходу, щоб було добре видно здалеку стороннім споживачам і місця не займалися.

Для організації харчування великої групи учасників спортивних змагань протягом тривалого часу доцільно використовувати окремі приміщення: банкетні зали або зали кафе готельних комплексів. На дверях повинна бути інформація із зазначенням причини того чому зал не відкритий для широкого кола споживачів (наприклад «Обслуговування учасників змагань» тощо).

Особливістю обслуговування учасників спортивних змагань є те, що час, проведений ними за споживанням їжі, є суворо регламентованим та включається до розпорядку денного. Навіть незначне порушення його може призвести до непрямих чинників, що впливають на погіршення якості спортивних досягнень. Обслуговування значної кількості учасників змагань проводиться у стислий час, тому в закладах ресторанного господарства застосовуються прискорені методи обслуговування офіціантами.

У закладах ресторанного господарства, зокрема ресторанах, зазвичай прийнято попереднє накривання столів. З метою прискорення процесу обслуговування використовують офіціантські трирівневі візки.

У випадку коли обслуговування здійснюється в залі кафе або іншого закладу ресторанного господарства за методом самообслуговування, робота всього закладу підпорядковується задоволенню потреб учасників спортивних змагань. Зал зачинено для інших споживачів на деякий час або на увесь день (у випадку реалізації денних раціонів харчування). Обслуговування учасників змагань здійснюється на лінії самообслуговування з використанням таць.

Розрахунок за надані послуги здійснюється за безготівковим рахунком (абонементами, талонами тощо) або за готівку. Перший вид розрахунку використовують здебільшого в закладах ресторанного господарства готельних комплексів, а другий – у загальноміських.

Пасивна частина учасників змагань, як правило, користується меню вільного вибору страв та здійснює розрахунок готівкою. Також дана група користується послугами «шведської лінії» або «шведського столу», а режим харчування встановлює з урахуванням власних смаків і уподобань.

2.2.7. Організація обслуговування глядачів спортивних змагань

У місцях проведення спортивних змагань значна увага приділяється організації харчування глядачів. Послуги з організації харчування глядачів здійснюють стаціонарні заклади ресторанного господарства, пересувні, а також мережа дрібно-роздрібної торгівлі. Дані заклади ресторанного господарства можуть знаходитися як у приміщеннях спорткомплексів, Палацу спорту, так і за межами спортивних споруд.

Послуги з організації харчування глядачів можуть надаватися перед початком, у перервах і після закінчення змагань. Основним показником якості обслуговування є швидкість задоволення потреб споживачів, що досягається за рахунок використання методу самообслуговування, обмеження асортименту обідньої продукції, використання напоїв, наповнювачів та соків в

однопорційній упаковці, а також включення до меню нескладних страв і страв швидкого приготування.

На швидкість обслуговування значно впливає вибір певного виду меблів, устаткування, посуду та наборів. Рекомендується використовувати столи різної місткості (4-6-місні) та форми (квадратні, круглі та шестикутні). Ефективність використання площі столів значно залежить від вибору конфігурації функціональних таць, що застосовують за прямим призначенням (при виборі і укладанні страв на лінії роздавання).

У залі доцільно використовувати таці одного виду, що підходять під розміри обраних столів. Посуд повинен бути з матеріалу, що не б'ється. Таким вимогам відповідає посуд із полімерних матеріалів (у тому числі з полікарбонату, меламіну тощо).

Організація харчування глядачів спортивних змагань здійснюється також через спеціалізовану дрібно-роздрібну торгову мережу із продажу окремих видів страв: холодних бутербродів, салатів, гарячих бутербродів, піци, бульйонів з пиріжками, сосисок з гарніром, хлібобулочних виробів та тістечок, гарячих напоїв з наповнювачами. Під час перерв поширеною є розносна і розвізна торгівля соками та хлібобулочними виробами як у партері, так і в холах, коридорах. Для цього застосовують пересувні буфети, буфети-бари та систему кіосків. Наприклад, система кіосків «CamKiosk» сприяє значному спрощенню продажу страв у самих незвичайних місцях. Робоча станція цього кіоску передбачає більше місця на прилавку для приготування їжі або торгівлі нею. В комплект входить мобільна таця з раковиною «Cambro», яка стоїть окремо або приєднана до кіоску, що забезпечує санітарію та дозволяє розширити асортимент страв.

Досить ефективним, особливо у весняно-літній період, є використання пересувних візків. В таких візках облаштовані ізольовані відсіки, що зберігають температуру страв тривалий час. Від сонця візки захищають зонти, а справа над верхньою горизонтальною полицею прикріплена рамка для меню. Візки «Camcruiser» представлені у широкій гамі кольорів із двома варіантами поверхні прилавка.

Широко використовуються переносні пристрої для відпускання солодких газованих напоїв, до комплекту яких входить набір одноразового полімерного посуду. Значною популярністю вони користуються на стадіонах під час перерв, особливо в літню пору року. Розливання напоїв і розрахунок зі споживачами здійснюють один або два продавці, що одягнені у фірмовий одяг.

Використання одноразового паперового і полімерного посуду та наборів призводить до засмічування прилеглих територій, саме тому доцільно під час спортивних змагань зменшувати відстань між урнами для сміття і скорочувати їх функціональний радіус. Також доцільно укласти угоди на певний термін із приватними фірмами або державними установами комунального спрямування задля підтримання прилеглої території у відповідному санітарному стані. Встановлювати відповідальність власників приватних пересувних пристроїв для прибирання згідно з укладеною угодою.

Професійно-кваліфікований склад працівників мобільних і стаціонарних

закладів ресторанного господарства представлений переважно продавцями дрібно-роздрібною мережі, розносної і розвізної торгівлі, буфетниками III—V розрядів, прибиральницями торгових приміщень та залів. Зі споживачами здійснюється безпосередній розрахунок готівкою.

Організацію харчування спортсменів під час тренувань забезпечують здебільшого стаціонарні заклади ресторанного господарства. Як правило, вони пропонують обмежений асортимент страв і напоїв.

У деяких спорудах спортивного призначення, у яких відбуваються спортивні змагання міжнародного рівня, мають у складі своїх приміщень зали для VIP-персон. У цих залах здійснюють обслуговування почесних персон та організовують банкетне обслуговування після проведення змагань. Зали облаштовані відповідними меблями, посудом, склом та наборами. Інтер'єр їх може бути спортивною тематики, етнічного або класичного спрямування.

2.2.8. Організація обслуговування споживачів у торговельно-розважальних комплексах

Торгово-розважальні комплекси складаються з мережі магазинів, всесвітньо відомих елітних бутиків, кафе, барів, ресторанів, ігрових майданчиків для дітей і т.д., тобто всього, що дає можливість у комфортних умовах скористатися послугами підприємств торгівлі та ресторанного господарства. Для оформлення торгово-розважальних центрів, бутиків і ресторанів використовується неонтова реклама і діодні вивіски.

Підприємства торгівлі в торговому комплексі об'єднуються за певними ознаками, зокрема товарним. Це квартали або відділи подарунків, одягу і взуття, дитячих товарів, меблів, книг, техніки, бутиків, ювелірних виробів. Крім того, тут широкий асортимент супутніх послуг, які надають страхова компанія, банк, театральна каса, аптека, обмін валют, копіювальний центр, перукарня та солярій і т.д. У кварталі розваг та організації харчування розміщено комплекс закладів ресторанного господарства.

У торгово-розважальних комплексах доцільно, щоб заклади швидкого обслуговування функціонували із загальним залом. Така організація надання послуг харчування у світовій практиці отримала назву "площа харчування" (від англ. Food court). Більшість закладів ресторанного господарства діють в торгово-розважальних або торгових комплексах розміщені єдиним блоком навколо площі харчування на 200-400 місць. У центрі залу може перебувати фонтан, який добре вписується в загальний інтер'єр. Інтер'єр площі оформляється в сучасному стилі і обладнується телевізором, тому під час їжі відвідувачі можуть послухати приємну музику і подивитися відеокліпи. У залі також може бути розміщений великий акваріум, басейн з фонтанами, ігрові автомати для дітей і дорослих. Атмосферу затишку і комфорту в торговому комплексі створюють також екзотичні рослини, безшумні панорамні ліфти, ескалатори, сходи.

Якщо торгово-розважальний комплекс займає значну площу, то на його території можуть бути розміщені додатково кафе "Чай-кава", "Морозиво",

"Кондитерська" та інші. Усі заклади, розташовані навколо площі харчування, мають яскравий окрас і вивішено у зручному для споживачів місці меню з назвою і ціною страв. Кожний заклад має прилавок - вітрину, на якій представлений асортимент пропонованої продукції.

Характерною рисою закладів швидкого обслуговування є забезпечення умов для швидкого обслуговування споживачів, ритм життя яких насичений і мобільний. У них, як правило, мало часу для організації харчування, тому для задоволення їх потреб створений цілий ряд, як вітчизняних ресторанів швидкого обслуговування, так і організованих за договором франчайзингу з зарубіжними фірмами. Після успішного дебюту такі заклади швидко набувають популярності.

Політика всіх ресторанів швидкого обслуговування спрямована на задоволення попиту споживачів на високому рівні. Основні принципи, якими вони керуються під час роботи з споживачами, наступні:

- споживач - завжди бажаний гість;
- прихід споживачів - велика честь для закладу;
- працівник закладу повинен бути уважним і ввічливим до споживачів;
- споживач - невід'ємна частина бізнесу;
- споживач - людина з притаманними їй почуттями та емоціями, а мета закладу - задовольнити його потреби продукцією і послугами високої якості;
- споживач не повинен чекати;
- завдання персоналу закладу викликати бажання у споживача прийти ще раз.

Для забезпечення виконання цих принципів персонал ресторанів швидкого обслуговування проходить детальну підготовку перед тим як бути допущеним до роботи, періодично здійснюється контроль за роботою та вдосконаленням навичок його роботи.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Назвіть загальні вимоги до організації ділових, культурних, громадських і спортивних заходів.
2. Назвіть та охарактеризуйте форми обслуговування учасників ділових, культурних, громадських заходів.
3. Вкажіть особливості обслуговування учасників заходів сніданками, обідами, вечереями.
4. Вкажіть особливості організації обслуговування на виставках та ярмарках.
5. Назвіть асортимент продукції закладів ресторанного господарства при фітнес-центрах.
6. Дайте характеристику основних видів барів при фітнес-центрах.
7. Дайте характеристику основних видів банкетів, що проводяться на базі фітнес центрів.
8. Назвіть особливості обслуговування учасників спортивних змагань.
9. Назвіть особливості організації обслуговування глядачів спортивних змагань.

10. Назвіть особливості організації обслуговування споживачів у торговельно-розважальних комплексах

Тестові завдання:

- 1 Ділові, культурні, громадські і спортивні заходи поділяються на**
 - 1) 2 категорії;
 - 2) 3 категорії;
 - 3) 4 категорії.
- 2 До заходів B2B відносять**
 - 1) заходи, розраховані на масову цільову аудиторію (масового споживача) ;
 - 2) заходи, які мають діловий характер;
 - 3) заходи, розраховані на певну цільову аудиторію.
- 3 До заходів B2B відносять**
 - 1) заходи, розраховані на масову цільову аудиторію (масового споживача) ;
 - 2) заходи, які мають діловий характер;
 - 3) заходи, розраховані на певну цільову аудиторію.
- 4 Важливою складовою організації ділових, культурних, громадських і спортивних заходів є**
 - 1) надання послуг харчування;
 - 2) організація обслуговування учасників заходу;
 - 3) організація дозвілля учасників заходу.
- 5 Івентори – це**
 - 1) спеціалізовані компанії, які розробляють, здійснюють підготовку і проводять різноманітні заходи;
 - 2) спеціалісти, що займаються скручуванням сигар;
 - 3) курильні прилади, схожі з кальяном.
- 6 Cash Catering – це нова послуга в сфері виїзного обслуговування, яка**
 - 1) передбачає організацію виїзного кафе (ресторану) з платним обслуговуванням відвідувачів виставки;
 - 2) передбачає організацію виїзного кафе (ресторану) у форматі **free-flow** з платним обслуговуванням відвідувачів виставки;
 - 3) передбачає платне обслуговуванням відвідувачів виставки.
- 7 Найчастіше при фітнес-клубах організуються**
 - 1) спортивні бари, кафе, фреш-бари, фітнес- та фітобари;
 - 2) спортивні бари, суші-бари, фреш-бари, фітнес- та фітобари;
 - 3) кафе, суші-бари, фреш-бари, фітнес- та фітобари.
- 8 Упродовж року в межах одного фітнес-центру проводиться близько**
 - 1) 100 клубних заходів;
 - 2) 120 клубних заходів;
 - 3) 150 клубних заходів.
- 9 Виняткова увага у фітнес-центрах приділяється**
 - 1) раціональному харчуванню;

- 2) спортивному харчуванню;
- 3) персональному підходу до харчування.

10 Спортсмени під час тренувань повинні харчуватися

- 1) 3-4 рази на добу;
- 2) 4-5 разів на добу;
- 1) 3-5 разів на добу.

2.3. Організація обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства при готелі

2.3.1. Характеристика закладів ресторанного господарства при готелі

Заклади готельно-туристичного комплексу надають споживачам комплекс послуг, пов'язаних з відпочинком, харчуванням, екскурсіями тощо.

Заклади ресторанного господарства при готелі представлені різними типами: ресторан, кафе, буфет, бар, їдальня, закусошна, в яких застосовуються різні форми обслуговування.

Ресторани при готелях можуть обслуговувати організований (мешканців готелю) та неорганізований контингент (широкі верстви населення міста і його гостей). Ресторани надають споживачам широкий спектр послуг. Вони можуть бути розташовані на першому поверсі готелю, на поверхах, на даху або ж у вигляді літнього внутрішнього двору, зимового саду, оранжереї (система замкненого простору) тощо.

Обслуговування споживачів у ресторанах при готелі відбувається офіціантами. Застосовуються індивідуальний та бригадний графіки.

Кафе при готелі може не передбачатися, але більшість готелів вважають за необхідне поряд з рестораном мати і невелике кафе. Наявність кафе забезпечує можливість розширити асортимент десертних страв, напоїв, виробів кулінарного і кондитерського спрямування. В кафе пропонують метод самообслуговування, який більше влаштовує споживачів, що мають обмежений час на користування послугами закладів ресторанного господарства. Іноді в кафе застосовують метод обслуговування офіціантами.

Найпоширенішим типом закладів ресторанного господарства при готелі є бари. В барах споживачі окрім споживання продукції на місці мають можливість відпочити в затишному оточенні, послухати музику та розважитись. Залежно від місця розташування, бари при готелях класифікуються як вестибюльні (лобі-бар), ресторанны, допоміжні, банкетні, при басейні, фітнес-центрі, сауні, міні-бари у номерах готелю тощо. Найчастіше бари передбачають в безпосередній близькості від ресторанів. Можливі варіанти коли один або декілька барів знаходяться на першому поверсі, в загальній гостинній готелю. Вони пропонують обмежений асортимент страв, який включає кілька складних бутербродів – асорті та незначну кількість холодних закусок, дві-три нескладні гарячі закуски, а також два-три види десерту та гарячі напої. Перелік алкогольних і безалкогольних напоїв значно ширший та відображає концептуальність бару і алкогольну політику закладу ресторанного господарства готелю взагалі. Обслуговування здійснюється барменом за барною стійкою і офіціантом у залі за столиком. Ці бари можуть відвідувати як мешканці готелю, так і будь-які інші контингенти споживачів. На поверхах та даху багатоповерхового готелю також можуть бути передбачені поверхові бари. З цією метою обирають зручні для споживачів місця, враховуючи мальовничі краєвиди із вікон бару. Бари також можуть бути передбачені у підвальних приміщеннях (спортивній, ігровій, оздоровчій зонах і аквазоні тощо).

Продаж із споживанням на місці обмеженого асортименту холодних страв, а також бутербродів, напоїв, булочних і кондитерських виробів, солодких страв нескладного приготування здійснюють у буфетах. Тут допускається відпускання упакованої продукції на винос та реалізація продовольчих товарів. У буфетах встановлюють електричне устаткування – електроплити, кавоварки, яйцеварки, сосисковарки, блендери, електрочайники тощо та холодильне – холодильники, фризери, охолоджувальні прилавки, вітрини тощо та інші види устаткування. Буфети передбачають на поверхах готелю. Вони містять у своєму складі три приміщення: доготівельне, для миття посуду, зал.

В структурі курортних готелів передбачають також їдальні. Вони призначені для виготовлення, реалізації і організації споживання на місцях різними верствами населення сніданків, обідів, вечерь та відпускання їх додому. У їдальнях передбачають як обслуговування офіціантами, так і самообслуговування.

Для організації харчування персоналу закладу ресторанного господарства при готелі передбачають їдальню, яку найчастіше розміщують поряд з виробничими приміщеннями. Тут встановлюють лінії прилавків самообслуговування. З метою прискорення обслуговування споживачів здійснюють безготівковий розрахунок і розрахунок у кредит тощо. Здебільшого в їдальнях при готелях запроваджується самообслуговування з наступним розрахунком.

2.3.2. Організація сніданку в готелях

Особливу увагу в готелях приділяють організації сніданку. На відміну від обіду і вечері, на сніданок приходять майже усі мешканці готелю, тому що у вартість проживання заздалегідь закладена вартість сніданку. Сніданки, які пропонують в закладах ресторанного господарства при готелях класифікують за наступними ознаками: загальноконтинентальний (європейський або континентальний); національний, або етнічний (англійський, американський, шведський, німецький, французький, голландський тощо); за часом організації (ранній, пізній); за асортиментом (розширений, умовно обмежений, комплексний); за наявністю алкогольних напоїв (з шампанським); за часом вживання їжі (прискорений, експрес-сніданок); за терміном функціонування (сезонний, місячний); за особливостями раціону (дієтичний); за релігійними особливостями (вегетаріанський тощо); за особливостями віку (дитячий тощо) та особливостями організації і подавання (сніданок до номера готелю) тощо. Споживачі мають можливість обрати собі відповідний вид сніданку та сформулювати його меню за власним смаком. Інформація про вартість обслуговування (платне чи безплатне) міститься у папці для мешканця готелю.

Континентальний сніданок (Continental breakfast) ще має назву європейського. До складу меню сніданку входять кава, чай, гарячий шоколад, гаряче (холодне) молоко, цукор, вершки, лимон, два види повидла, джем (конфітур, варення) чи мед, асортимент свіжовипечених виробів з листового

тіста та хлібобулочних виробів у плетеному кошику, масло (вершковий маргарин), свіжовичавлений апельсиновий сік. У неділю меню сніданку може поповнюватися стравами з яєць (переважно відварених).

Розширений сніданок. Як доповнення до континентального сніданку до меню розширеного включаються: соки (апельсиновий, грейпфрутовий, томатний), порціонні гастрономічні вироби – шинка, ковбаса та твердий сир на закусочній тарілці, страви з яєць, йогурти в асортименті, кисломолочний сир, сухі сніданки типу мюслі, корнфлейкс, сірієлз тощо. Страви з яєць готуються за індивідуальними замовленнями.

Англійський сніданок (English breakfast) – сніданок, який має два варіанти. Перший варіант – класичний (High tea), або короткий сніданок (Short breakfast). Він передбачає вранішній чай або каву (чи гарячий шоколад), принесений до номера, до нього також входять цукор, булочні вироби, тости, вершкове масло (маргарин), джем, мед, варення. Другий варіант – повний англійський сніданок (English breakfast) у закладі харчування, до меню якого на додаток до першого варіанта включають страви з яєць (яєчня з шинкою чи беконом, яйця, смажені на хлібі, омлет з шинкою чи шампінйонами тощо), рибні страви, страви із зернових (вівсяна каша або суп на молоці чи воді з цукром або сіллю).

Американський сніданок передбачає додатково до меню наступні страви: звичайна питна вода з кубиками льоду, фруктові соки (апельсиновий, грейпфрутовий, яблучний, томатний), свіжі фрукти, ягоди з молоком чи вершками або компот із фруктів (слив, персиків), страви із зернових (кукурудзяні чи рисові пластівці), невелика порція м'яса, пиріг тощо. Можуть бути запропоновані два яйця зі смаженою картоплею, приготованих на смак гостя у вигляді глазуні, яєчної кашки, омлету або в якості додаткових інгредієнтів додається бекон, сосиски, томати тощо.

Сніданок із шампанським – нетрадиційний сніданок. Час надання цього сніданку – 10.00-11.00. Передбачаються кава, чай, алкогольні напої (шампанське, вино), невеликі холодні закуски, в тому числі салати, гарячі страви, супи, десерти. Форма організації сніданку – столи-буфети. Подається в ресторанах (кафе) при готелі, як правило, з офіційних приводів та у неділю.

Пізній сніданок – характеризується термінами організації. Час сервірування такого виду сніданку – 10.00-11.00. Складові елементи меню поєднують меню сніданку та обіду: м'ясні гастрономічні продукти, твердий сир, вершкове масло (маргарин), булочки, супи, гарячі м'ясні страви, джем, гарячі та холодні напої. Організаційна форма обслуговування – столи-буфети, «шведський стіл». Цей вид сніданку є альтернативою сніданку та обіду. В деяких готелях він трансформується як «бранч» (тоді, відповідно, початок сніданку пізніший).

Вегетаріанський та дієтичний сніданки також можуть бути запропоновані мешканцям готелю та просто гостям. До меню вегетаріанського сніданку найчастіше включаються: спеціальні хлібобулочні вироби з борошна грубого помелу, вегетаріанський омлет з картоплею та запеченими томатами чи овочами, гарячі овочеві та фруктові страви, асортимент гарячих напоїв (кави,

чаю, гарячого молока, гарячого шоколаду тощо) з медом, варенням, лимоном, свіжоприготовлені фруктові та овочеві соки, свіжі фрукти (яблуко, апельсин, банан, сезонні фрукти чи ягоди) тощо. В меню дієтичного сніданку включають ті самі страви, але використовують інші методи кулінарної обробки, в тому числі паровий. Додатково пропонуються сухі сніданки: мюслі із знежиреним молоком або йогуртом. Із напоїв передбачають серед стандартного асортименту також знежирене гаряче або холодне молоко.

Експрес-сніданок найчастіше застосовують при організації харчування в номерах готелю. До меню експрес-сніданку входять молочні та кисломолочні продукти, свіжовипечені хлібобулочні вироби (круасани, плюшки, булочки, вироби з різними видами фаршу і без нього), фруктові страви і фрукти в асортименті, у тому числі по сезону, а також гарячі напої з різноманітними наповнювачами.

Кількість та різноманітність предметів сервірування залежить від виду сніданку. Особливість сервірування полягає в тому, що чашки з блюдцями та ложечками розміщують на торці в один ряд на прямокутному столі. У випадку обслуговування групи споживачів молочники, чайники для заварки і окропу, кавники на 4-6 персон ставлять на тарілки або підставки відповідного діаметра. Закуси подають в багатопорційних блюдах із відповідними наборами для перекладання або заздалегідь порціонованими у відповідному індивідуальному посуді. В лляній серветці у плетеному кошику або хлібниці викладають свіжовипечені хлібобулочні вироби.

Сніданок у закладах ресторанного господарства при готелях пропонують з 5.00 до 11.00 з проміжками у 30 хвилин. У такий спосіб створюють 12 варіантів вибору часу.

Ранні сніданки організують із застосуванням прискорених форм і комбінованих методів обслуговування. Найчастіше передбачають «шведський стіл» чи «шведську лінію». За бажанням мешканців ранні сніданки (до 7.00) можуть бути подані у номер готелю (послуга «Room Service» або обслуговування у номерах).

Для інших контингентів споживачів, що не є мешканцями готелю в усіх типах закладів ресторанного господарства при готелі можуть бути запропоновані скомплектовані види харчування у певний проміжок часу. Переважно організацію їх харчування забезпечують в закладах, розташованих не вище другого поверху. Меню містить один чи два варіанти сніданку з фіксованою ціною.

Досить поширеною у закладах ресторанного господарства при готелі є така послуга, як організація бранчу. Термін «бранч» є сполученням двох англійських слів breakfast (сніданок) і lunch (другий сніданок, обід). У розумінні споживача бранч – це дуже пізній сніданок, до меню якого включають бульйони, пюреподібні супи чи супи-креми. У розумінні менеджерів ресторанного бізнесу бранч – це недільний розширений варіант «шведської лінії» для усієї родини, яка мешкає у готелі чи має намір провести сімейну трапезу поза домівкою.

Бранч організують з 11.00 до 13.00 та пізніше, в окремих випадках – з

12.00 до 16.00. Особливість організації branчу має низку специфічних рис, що полягають у наступному: значна різноманітність страв, у тому числі других гарячих; різноманітні види кулінарної обробки, які використовують при приготуванні різноманітних страв; до меню включають певний асортимент супів. Також можуть бути запропоновані наступні послуги: приготування окремих страв у присутності та на замовлення споживача, приготування фламбованих та страв, смажених на решітці, грилі тощо; обов'язково подають аперитив, а в деяких випадках і дигестив.

Як правило, пропонують напої двох видів: алкогольні – для доросли та безалкогольні сокової асортиментної лінії – для дітей.

Для дітей також передбачають організацію відпочинку, яка включає розважальну програму. У деяких готелях діти до певного віку обслуговуються безкоштовно. Обслуговування здійснюють за допомогою кухарів-консультантів і офіціантів.

Особлива увага на період організації branчу приділяється дітям. Для них розробляють спеціалізовану концертну програму, в якій вони можуть брати найактивнішу участь. Програма має різноманітну тематику, в тому числі кулінарного спрямування. При її організації враховують вік і стать дітей, їхні національні звички, особливу увагу приділяють традиціям країни перебування і загальнолюдським цінностям.

2.3.3. Особливості обслуговування в обідній час

До прискорених форм обслуговування споживачів, що мешкають у готельних комплексах, відносять організацію експрес-обідів за попередніми замовленнями, організацію бізнес-ланчів, «шведських ліній» і «столів-буфетів». Перші два види мають меню, що належать до групи скомплектованого харчування.

Організація експрес-обідів може передбачатися в експрес-залах (за наявності невеликих залів) ресторанів, кафе чи у вигляді експрес-столів у кафе (на пристосованій для цього частині залу). Як правило експрес-обіди передбачають з 12.00 до 14.00 (з 13.00 до 15.00). Експрес-обіди реалізують за фіксованими цінами. Меню експрес-обідів складають, як правило, в двох варіантах, однак деякі заклади ресторанного господарства пропонують один (з вузьким асортиментом страв без холодної закуски або десерту тощо). До меню включають холодну закуску, першу страву (1/2 порції), другу гарячу страву з гарніром, десерт та гарячий напій. Іноді із меню виключають десерт, а до гарячого напою можуть подавати невеликі кондитерські вироби. У деяких ресторанах і кафе при готелях в обідній час діють меню «чергових страв». Інформацію про наявність цієї послуги можна побачити при вході до закладу. Споживачам необхідно сплатити загальну вартість обіду готівкою за допомогою касової машини, що встановлена при вході до торгівельного залу.

Столи для експрес-обідів сервірують пиріжковою тарілкою, столовим ножом, столовою ложкою, столовою виделкою, закусочним ножом, закусочною виделкою, фужером для води, лляною серветкою на місці закусочної тарілки,

набором для спецій, вазочкою з квітами. При обслуговуванні індивідуальних туристів заздалегідь на столи не виставляють страви та напої. При обслуговуванні групи туристів передбачають попереднє сервірування стравами і напоями. Офіціанти отримують холодні закуски, солодкі страви або напої і приносять до залу. Заздалегідь на столи ставлять хліб, частину закусок та солодких страв, які є в обох варіантах обіду, а серветку – за закусковою тарілкою. В той час коли гості споживають закуску, офіціанти приносять перші страви у багатопорційному посуді і порціонують їх на підсобному столі чи офіціантському серванті. Другі страви подають в однопорційному посуді (їх порціонують та відпускають офіціантам кухарі).

Після подавання других страв офіціанти збирають використаний посуд і розраховуються зі споживачами (якщо передбачений розрахунок з офіціантом). Термін перебування споживачів у залі під час організації експрес-обіду складає 25-30 хв.

У закладах ресторанного господарства при готелях, найчастіше в ресторанах та кафе, поширеною є також організація бізнес-ланчів. У дослівному перекладі з англійської словосполучення Business Lunch означає перерву на другий сніданок у роботі людини, яка працює і має чітко фіксовану перерву на харчування і відпочинок. Цей вид харчування має специфічні риси. Деякі особливості організації бізнес-ланчу в ресторанах та кафе при готелях полягають у наступному: термін організації харчування має фіксований час. Зазвичай бізнес-ланч організують між 12.00 і 16.00. Час очікування подачі страв – менше 5 хв. Особливості меню комплексного пізнього сніданку або обіду полягають у тому, що до них включають страви з риби, м'яса, птиці, овочів, сирів, крім делікатесних та ексклюзивних. Інколи застосовується вільний вибір за обмеженим меню з 10-15 страв. Термін обслуговування споживачів має бути мінімальним. Час перебування їх у залі під час бізнес-ланчу не лімітується, вартість меню – фіксована. Вплив класу закладу ресторанного господарства на вартість варіанта значний. Співвідношення коливається в межах «люкс»: перший клас як 3,5 – 4:1. Контингент споживачів – представники ділових кіл столиці чи інших міст країни, іноземні та вітчизняні громадяни – мешканці готельного комплексу.

При організації бізнес-ланчів споживачів обслуговують офіціанти, як правило, з наступним розрахунком.

Однією із новітніх форм обслуговування є використання під час сніданку або обіду (чи ланчу) столів-буфетів.

Загальна довжина столу не перевищує 5-7 м. Основний стіл – закусковий – найдовший. На ньому розміщуються холодні страви та закуски, які представлені широким асортиментом салатів з різних видів сировини, викладених в багатопорційній посуд різноманітної конфігурації з наборами для їх перекладання, що дало назву даному столу – «салат-буфет». Всі страви, які виставляються на стіл, виконуються в банкетному виконанні, а також відповідно до сучасних вимог кулінарного дизайну.

До меню входять страви, виготовлені з цінних видів риби (36 % від загальної кількості страв), м'яса (18 %), птиці (36 %), борошна (10 %). Ціна та

вихід однієї страви в меню не проставляється. Всю інформацію стосовно складу і кулінарної обробки страв, а також про доцільне їх поєднання споживач отримує від кухаря-консультанта, який представляє певний стіл, та від офіціанта.

Стіл певним чином драпірується лляними та синтетичними тканинами. Він може мати два-три яруси та вигляд сходинок, також може бути з одно- та двостороннім підходом. На першому ярусі розміщують стопки тарілок для закусок, перекладених паперовими серветками, та багатопорційний посуд з широким асортиментом салатів зі свіжих овочів, із нерибних продуктів моря, на другому виставляють холодні страви та закуски у вигляді рибного і м'ясного асорті, солодких холодних страв та вази великої місткості з широким асортиментом фруктів і екзотичних плодів. Окремий стіл призначений для гарячих закусок і супів в асортименті з різноманітними гарнірами. На цьому ж столі розміщені стопки бульйонних чашок з блюдцями, перекладених паперовими серветками, складеними вчетверо, стопки тарілок для гарячих закусок. Ложки для бульйону можуть бути на блюдцях або зберігатись у касеті стоячи. Для підтримання певної температури гарячих страв на столі встановлені марміти. Третій стіл засервіровують для подавання гарячих напоїв. На ньому розкладають чайний та кавовий сервізи, дерев'яні лотки, в яких знаходяться чай та розчинна кава у пакетиках в широкому асортименті (чорний, зелений, ароматизований тощо), вазочки з коричневим (з очерету) та білим (із цукрового буряка) цукром і ложечками для перекладання; молоко, вершки в однопорційній розфасовці; тістечка в асортименті; паперові серветки тощо.

На окремому столі розставляють скляні глечики для соків, мінеральної негазованої води, червоного столового вина тощо. Асортимент соків може бути не дуже широким: освітлений яблучний, помаранчевий, виноградний чи інші. Скляні глечики мають спеціальний пристрій для збереження певної температури подавання напоїв. Усередині на всю висоту глечика є отвір, куди засипають кубики колотого льоду. Глечик закритий кришкою, в якій є отвір для спеціальної ложечки з довгою ручкою для перемішування соку, щоб досягти певної температури охолодження. Глечики розміщують посередині столу, а з обох його торців (чи з одного) – групами скляні келихи для вина і трикутником (вершиною до осі столу) – склянки для соків.

У залі можуть бути обідні столи різної форми та місткості, сервіровані до обіду.

Форма розрахунку при такому обслуговуванні – попередня. Він здійснюється в касі перед входом до зали. Плата за даний вид послуг фіксована і коливається в межах 20-30 умовних одиниць. Споживачеві видається чек, який він віддає офіціанту при вході до зали. Біля каси на окремому столику знаходиться меню, особливостями якого є те, що воно пропонує лише другі гарячі страви.

Особливостями обслуговування є замовлення офіціанту другої страви перед споживанням холодної закуски. Якщо споживач не замовляє першу страву, то офіціант приносить замовлену після споживання закуски. Споживач,

формуючи власне меню обіду, може уникнути вибору першої чи другої або обох страв. Але замовити можна лише по одній із вищеназваних груп страв.

Столи-буфети можуть також трансформуватись у салат-буфети (бари). Особливістю їх є широкий асортимент салатів та окремих компонентів по їх складанню. Як правило, салат-бари мають промислове виробництво і можуть бути двох видів: настільні та напідложні. Настільні салат-бари мають висоту 69-86 см. Будь-який стіл розмірами від 120 до 180 см можна перетворити на стіл-буфет за допомогою настільного салат-бару. Він легкий, зручний і не займає великої площі. Також можуть бути застосовані дитячі салат-бари, висота яких регулюється.

2.3.4. Організація «шведського столу» в закладах ресторанного господарства при готелі

Форма обслуговування споживачів «шведський стіл (лінія)» (Smorgasbord) широко застосовується в закладах ресторанного господарства при готелях для організації сніданків, бранчів, обідів, вечерь. Назва «шведський стіл» універсальна і об'єднує обидва терміни. Найчастіше поняття «шведська лінія» стосується лінії спеціалізованих прилавоків самообслуговування, які зроблені на замовлення і є складовими елементами дизайну інтер'єру приміщення закладу ресторанного господарства. Головна відмінність «шведської лінії» від лінії прилавоків самообслуговування полягає в тому, що тут кількість та вага порції кожної страви не обмежена для споживача. Поняття «шведський стіл» стосується тимчасового спорудження, на якому розміщують усі страви, напої, необхідне настільне устаткування для підтримання певних страв у гарячому стані. Столи зі спеціалізованими секціями для нетривалого зберігання та демонстрації страв і виробів на «шведській лінії» монтуються у пряму або ламану лінію, відповідно до інтер'єру приміщення ресторану.

Вони можуть бути стаціонарними або пересувними. Для прискорення обслуговування лінію можуть встановлювати з одно- чи двостороннім підходом споживачів. Відстань між «шведською лінією» та зоною споживання їжі в ресторанному залі або кафе має бути не менше 1,5 м.

«Шведські столи» можуть бути також нетрадиційних розмірів і конфігурації: круглі, овальні, квадратні чи прямокутні.

Для організації «шведського столу» виділяють окремий зал або його частину. На видному місці розміщують інформацію про режим роботи «шведського столу», вартість сніданку (обіду, вечері), асортимент продукції.

Асортимент продукції на «шведській лінії» чи на столі розміщують у відповідному порядку, спочатку асортимент соків, прохолоджувальних напоїв, далі – молочні продукти, масло вершкове, маргарин та масляні суміші, салати та вінегрети, холодні страви із риби, м'яса, свійської птиці. Над прилавками з холодними закусками може бути розміщена полиця, на якій знаходяться хлібобулочні вироби (в т. ч. власного виробництва) в корзинах, покритих лляними серветками. Корзинки зі звичайними, національними та дієтичними

видами хліба розміщують у кінці «шведської лінії», щоб споживачі могли його взяти з урахуванням вибраних страв. Соуси та спеції розміщують або біля відповідних страв, або в окремому місці «шведської лінії». Для приготування гарячих закусок у лінію встановлюють настільну чи пересувну плиту. Для підтримання супів або других страв у гарячому стані в лінію включаються прилавки із вбудованими мармітами з місцями для гастроемностей або при організації «шведського столу» — з настільними мармітами Chafing-Dishes (шафендішами). Для відповідного посуду встановлюють пересувні візки для підігрівання.

При організації «шведського столу» у разі відсутності відповідного устаткування встановлюють фуршетні чи спеціальні столи. При цьому довжина однієї лінії складає 3-4 м, ширина – 1,5-2 м, висота – 0,75-0,9 м. Столи накривають білою чи іншого кольору скатертиною та створюють «спідницю» відповідної довжини (на 0,5 см від підлоги). Для економії місця використовують відповідний посуд (прямокутний, трикутний, квадратний, багатопверховий, типу етажерки тощо), створюють гірку посередині столу вздовж його осі або у вигляді драбин (дві-три) при пристінному розміщенні та односторонньому підході.

Асортимент продукції «шведського столу» залежить від часу обслуговування (сніданок, обід, вечеря). У ранішні години рекомендується використовувати один із варіантів тижневого меню континентальних сніданків: сухі сніданки (cereals), мюслі, корфлейкс, рибна гастрономія (оселедець, шпроти, риба холодного та гарячого копчення), м'ясна гастрономія (шинка, буженина, ковбаса, сосиски тощо), овочі натуральні, салати та вінегрети, млинці, оладки, запіканки, сир твердий та м'який різних сортів, кисломолочний сир, сметана, йогурти, кефір, ряжанка, молоко (холодне та гаряче), вершки, страви із яєць, каші молочні, випічка, чай, кава, какао тощо. На багатопорційні блюда розкладають набори для перекладання – столові виделки та ложки, лопатки, щипці тощо.

Під час сніданку на стіл ставлять марміт для підігрівання яєць, в який вмонтовані чарки-підставки із вогнетривкого матеріалу та тостер.

В меню обіду включають 12-16 найменувань холодних закусок, 2-3 найменування супів, 4-6 других страв, соуси, десерт (желе, креми, компоти, фрукти), борошняні кондитерські вироби, гарячі напої, соки та фірмові напої.

До меню вечері на «шведському столі» включають 8-10 найменувань холодних закусок, 4-6 других страв, соуси, десерт, в тому числі фрукти, борошняні кондитерські вироби та гарячі напої.

Асортимент страв та кулінарних виробів належить міняти по днях тижня та проводити тижні національної кухні (вітчизняної та кухонь мешканців готельного комплексу). Доцільно організувати окремий десертний стіл для десерту, борошняних кондитерських виробів, гарячих напоїв, на якому розміщують стопки десертних тарілок, чайні та кавові чашки з блюдцями, десертні, фруктові набори, серветки, набори для перекладання, вази, етажерки для тістечок, блюда з ковпаком із прозорого матеріалу, розетки для варення

тощо. Для гарячої води доцільно використовувати електрочайники, електросамовари, термоси, кип'ятильники тощо.

Попереднє сервірування столів залежить від виду обслуговування (сніданок, обід, вечеря). На столи ставлять також пляшки з мінеральною негазованою водою або глечики з талою, салатники із льодом (влітку) на пірижковій (закусочній) тарілці з лляною серветкою.

Під час обіду чи вечері в залі може бути організований продаж напоїв за готівку через барну стійку чи за допомогою пересувних візків.

Для обслуговування «шведського столу» в ресторані створюють бригади кухарів чи офіціантів. Кожний робітник, що входить до складу бригади, виконує конкретну роботу (сервірування столів, отримання та поповнення асортименту страв та закусок під час сніданків, обідів, вечерь, приготування гарячих страв, сервірування десертного столу та його поповнення десертними стравами і гарячими напоями, прибирання використаного посуду тощо).

«Шведський стіл» працює за методом самообслуговування. На початку лінії споживач бере тацю, ставить на направляючі лінії столу (чи прилавоків), вибирає закуски та страви і рухається вздовж лінії самообслуговування, беручи страви за допомогою кухарів. Далі він сідає за підготовлений стіл. Десерт та гарячі напої вибирає самостійно. За бажанням споживача офіціант повністю може обслужити його за столиком.

Перевага такої форми обслуговування полягає у прискоренні обслуговування туристів та інших мешканців готельного комплексу. В середньому на сніданок гості витрачають 15-20 хв.; на обід, вечерю – 25-30 хв. Сніданок на «шведській лінії», якщо це є основною і єдиною послугою, організовують з 7.00 до 11.00. При організації інших видів харчування встановлюють такий режим роботи: сніданок – з 8.00 до 10.00, обід – з 12.00 до 15.00, вечеря – з 18.00 до 20.00.

Кухарі та офіціанти несуть колективну (бригадну) відповідальність. Закуси, страви, гарячі напої із холодного та гарячого цехів, борошняні кулінарні та кондитерські вироби із кондитерського цеху, продукцію із бару матеріально відповідальна особа отримує по денних заборних листах, які виписуються в двох екземплярах та підписуються директором, головним або старшим бухгалтером. Перший екземпляр вручається особі, яка отримала продукцію, другий залишається у завідувача виробництва. Матеріально відповідальна особа здає заборні листи до бухгалтерії з прикладеною квитанцією про здачу виручки.

2.3.5. Особливості обслуговування в номерах готелю

При оцінці відповідності готелів високим категоріям (4-5-зірковий) існує наявність послуг «Room service» та «Mini-Bar». Room service (англ.) – обслуговування в номерах, для чого створюється спеціальна служба з відповідною назвою «Room service», яка вирішує усі проблеми з прийманням замовлень на подавання сніданку чи страв протягом дня.

Диспетчер, який приймає замовлення по телефону, повинен володіти декількома іноземними мовами. В номерах серед інформації про всі послуги, які готель надає мешканцям, також міститься інформація про послуги з обслуговування в номерах. Вся інформація викладається у друкованому вигляді в спеціальній папці відповідного кольору з логотипом закладу або у вигляді одного листа з друкованою інформацією з обох боків. Назва послуги – «Обслуговування у кімнаті» («Room service») друкується на першій сторінці папки великими літерами вітчизняною та іноземною мовами. Нижче, трохи меншим шрифтом, вказується термін дії цієї послуги і внутрішній телефон служби. В деяких готельно-туристичних комплексах розмежовується обслуговування у номері готелю та замовлення сніданку до номера як дві послуги.

Обслуговування у номері готелю зазвичай здійснюється протягом досить тривалого часу – з 7.00 до 23.00. Меню страв та асортимент алкогольних напоїв друкується на листах-вкладишах до папки «Обслуговування у кімнаті» двома чи кількома мовами. Зазвичай воно має універсальний характер і включає страви української, середньоевропейської кухні тощо. Навпроти певних страв вказується: національна страва. В меню страви об'єднані у групи: легкі закуски, холодні закуски, гарячі закуски, перші страви, головна страва, солодкі страви. Причому зазначається, що гарнір до головної, тобто другої гарячої страви, є фіксованим. Як правило, пропонується один чи кілька видів гарніру на вибір. Кількість пропонованих страв коливається в межах 40-50 одиниць. Група страв «легкі закуски» може бути представлена бутербродами гарячими та складними, група «холодні закуски», як правило, є класичною і відповідає асортименту ресторанів готельного комплексу. В групі «гарячі закуски» можуть бути представлені борошняні кулінарні вироби і класичні «жульєн» та «риба кокіль». Група «перших страв» складається з національних заправлених супів, бульйонів чи пюреподібних супів.

Структура других гарячих страв, що належать до групи «головна страва», різноманітна як за складом основного виду сировини, так і за способами теплового кулінарного оброблення.

Група «солодких страв» може бути на 30 % представлена продукцією власного виробництва, в тому числі гарячі солодкі страви складають одну третину від загальної кількості, а решта – холодні солодкі страви.

Група «гарячих напоїв» представлена продукцією власного виробництва і є традиційною, тобто включає чай, каву з наповнювачами тощо.

Особлива увага приділяється створенню меню сніданків, які подаються до номерів готелю при попередньому замовленні. З цією метою розробляють 5-8 варіантів сніданків, які зазвичай використовуються у міжнародній практиці готельного бізнесу.

Меню сніданків друкується на аркуші цупкого картону з отвором для закріплення його на ручці дверей номера із зовнішнього боку. Там вказується термін здійснення замовлення до номера, тобто до певної години ночі мешканець повинен вивісити листок-замовлення на зовнішній бік дверей номера із зазначенням часу подавання сніданку до номера, його виду та усіх

складових. Окремо в листі-замовленні звертається увага мешканців готелю на можливість використання в стравах знежирених молочних продуктів, що також треба за необхідності відмітити. Серед іншої подається інформація про включення вартості сніданку до вартості проживання у готелі, але зазначається граничний термін часу, до якого обслуговування є безкоштовним, а з якого і по який час вартість його має фіксовану ціну. Серед основної інформації, про що обов'язково повинен сповістити мешканець номера в листі-замовленні службу «Room service», наступна: номер кімнати, прізвище, кількість людей у номері, підпис замовника, дата.

Обслуговування споживачів у номерах готелю здійснюється офіціантами. Кількість їх залежить від кількості зірок (категорії) готелю, мешканців, наявності службових ліфтів, які забезпечують зв'язок між поверхами, залом і виробництвом готельного ресторану.

Здебільшого для обслуговування в номерах використовують матеріально-технічну базу барів та буфетів на поверхах. У них є приміщення для зберігання запасу відповідного посуду, наборів, скла, столової білизни, паперових виробів, робочі місця для миття використаного посуду, виробничі приміщення для приготування закусок, страв і напоїв нескладного приготування. У виробничих приміщеннях встановлюють холодильну шафу, виробничі столи, електричну чи газову плиту, кип'ятильник, мікрохвильову піч, стелажі, жарову шафу, мийну ванну, різноманітне настільне устаткування тощо.

Організація обслуговування у номері вимагає від працівників готелю специфічної підготовки і складається з наступних етапів: приймання замовлення на обслуговування; передання замовлення на виробництво; організація роботи з підготовки предметів сервірування для виконання замовлення; отримання готової до споживання продукції із виробництва; транспортування предметів сервірування та замовленої продукції до номера готелю; дотримання офіціантом правил поведінки, правил етикету перед дверима номера та в номері замовника; вибір місця, зручного для споживання їжі та його сервірування; дотримання офіціантом правил подавання страв з використанням різноманітних способів на прохання замовника; дотримання офіціантом правил прибирання посуду і розрахунку зі споживачем у номері готелю.

Прийняття замовлення на обслуговування здійснюється у певні години (наприклад, з 7.00 до 23.00) за номером телефону, який вказано на папці «Room service». Приймання замовлення здійснюється диспетчером або черговим офіціантом. З'ясовуються усі питання, в тому числі способи подавання страв і необхідність присутності офіціанта в номері під час трапези. В готелях, де не створені умови для організації спеціальних поверхових буфетів (виробничих приміщень), для обслуговування в номерах організують бригаду (ланку) офіціантів з числа працюючих у ресторані, яку очолює диспетчер, чи одного чергового офіціанта (залежно від обсягу роботи). Інколи (у вечірні години) мешканці номера запрошують офіціанта прийти в номер для складення замовлення. Всі замовлення на обслуговування в номерах диспетчер чи черговий офіціант реєструють у спеціальній книзі (журналі) обліку або

використовують комп'ютерну мережу. Запис здійснюється в такій послідовності: номер кімнати, час виконання, кількість гостей, асортимент страв і напоїв, особливості приготування тощо.

Із приміщення служби «Room service» офіціант передає замовлення на виробництво ресторану по телефону або безпосередньо виробничому персоналу.

Організація роботи з підготовки предметів сервірування, які необхідні для виконання замовлення, проводиться офіціантом під час виконання замовлення в ресторані. До предметів індивідуального сервірування належать: посуд, основні набори, чарки, келихи, фужери, лляні серветки, набори зі спеціями, зубочистки, паперові серветки, попільничка, столова білизна, вазочка з квітами тощо. Підбір предметів індивідуального сервірування залежить від виду замовлення, часу його виконання, кількості гостей тощо.

Транспортування предметів сервірування та замовленої продукції до номера готелю здійснюється офіціантами з використанням таці або офіціантського візка. Правила розміщення предметів сервірування на таці і її носіння є традиційними, і лише в цьому випадку дозволяється на одній таці розміщувати продукцію власного виробництва та буфетну. В разі виконання замовлення одним офіціантом може застосовуватися дво- чи триповерховий візок. Тоді всі предмети сервірування розміщуються на середній та нижній полиці, а на верхній – замовлені страви та напої.

Якщо прийнято замовлення сніданку на одну особу, то офіціант повинен готуві страви розмістити на таці так, як при сервіруванні столу, тому що їжу можна споживати і на таці, розмістивши її на поверхні столу. У деяких випадках шлях офіціанта до номерів готелю досить тривалий – коридори виробництва, пасажирський ліфт, коридори готелю тощо, тому для обслуговування в номерах використовують таці з об'ємними кришками, виготовленими з прозорих полімерних матеріалів. Це диктується суворими вимогами санітарії та гігієни. З цією ж метою, а також для зберігання певної температури подавання гарячих чи холодних страв використовують певний однопорційний металевий посуд з кришками у вигляді напівсфери (кришки клоше), льняні серветки на чайники (кавники). У номері готелю столики-візки (найчастіше круглої форми) можна використати як ресторанний стіл.

Способи подавання страв обирає замовник – цим і диктується необхідність перебування офіціанта в номері. Офіціант також передає рахунок замовнику, який підписує його з тим, щоб він був включений до загальної суми рахунку при виїзді з готелю.

Обслуговування в номерах вимагає від працівників служби «Room service» особливої технічної підготовки. Воно пов'язане не лише з технікою обслуговування і виконанням бажань споживачів, а й з правилами поведінки в номері готелю.

Всі робітники готельного комплексу, які беруть участь в обслуговуванні в номерах, повинні пройти спеціальний тренінг і навчитися дотримуватись правил етикету, поведінки в номері готелю.

Офіціант несе тацю на лівій руці, підходячи до даної кімнати, дзвонить

чи стукає у двері, запитує дозволу увійти. Увійшовши, він вітається, уточнює, чи був виклик, і представляється офіціантом служби «Room service». Далі запитує мешканців, де саме їм засервірувати стіл. Сервірування місця для споживання їжі може бути здійснено на обідньому чи письмовому столі (або його частині), журнальному столику. Правила сервірування такі ж, як і в залі ресторану. Під час обслуговування кількох гостей необхідно уточнити термін подавання гарячих страв, десерту, гарячих напоїв. У деяких випадках застосовується менша кількість скляного посуду. Використання офіціантського візка з кришками клоше, настільних мармітів або візків з підігрівом значно полегшує організацію роботи офіціантів і економить трудовитрати на одиницю замовлення.

За бажанням гостей офіціанти використовують різні способи подавання страв: «в обнос», за допомогою приставного столу (візка), «в стіл».

Якщо споживачі вказують тільки час закінчення трапези, тоді офіціанти приходять до номера, щоб прибрати посуд, набори, привести в порядок стіл та приміщення. За бажанням гостей посуд та набори можна залишити в кімнаті до наступного дня до фіксованої години. Тоді про це сповіщають офіціанта, який передає інформацію до служби «Room service», де робиться відповідний запис у книзі (журналі) обліку посуду і наборів. Офіціанти другої зміни, перевіряючи перед початком роботи наявність посуду, наборів, скла і столової білизни, враховують кількість, яка залишилась у номері.

Використаний посуд забирають із номера, роблячи помітку в книзі (журналі) обліку про його повернення та фізичний стан.

Для здійснення обслуговування в номері готелю на високому рівні доцільно створювати не лише спеціалізовані бригади (ланки) офіціантів, які підпорядковуються закладам на поверхах, а й цілком автономну службу «Room service», де детально пророблений, задекларований та затверджений технологічний ланцюг здійснення даної послуги дасть значний економічний ефект.

2.3.6. Особливості влаштування міні-бару у номері готелю

У певних номерах готелю існує міні-бар. Приблизна структура асортименту продукції у ньому може бути наступною: солодкі газовані напої (місткість 0,33-0,5 л) – 30 %; мінеральна газувана та негазована вода (0,33 л) – по 8 % кожної; сік в асортименті (0,2 л) – 8 %; пиво в асортименті (0,33-0,5 л) – 15 %; чіпси (35 г) – 8 %; горішки (40 г) – 8 %; шоколад в асортименті (15-100 г) – 15 %. Але більш поширеним є включення до асортименту міні-бару тільки напоїв у дрібній розфасовці.

В інформаційному куточку кожної кімнати, де є міні-бар, знаходиться аркуш з вичерпною інформацією про асортимент бару, вартість і кількість продовольчих товарів. Вся інформація подана двома мовами – українською та англійською. У ньому зазначено реквізити готелю, поверху, кімнати, стоять підписи директора, калькулятора і печатка готелю. Споживачеві в разі користування продукцією пропонується записати своє прізвище і позначити

напроти кожного найменування товару кількість спожитого та поставити свій підпис. Покоївка чи спеціальний працівник служби «Room service» (у разі її існування) слідкує за асортиментом міні-бару. З цією метою один раз на добу він перевіряє наявність та цілісність напоїв і товарів.

У кожному номері є формуляр міні-бару. Якщо якоїсь пляшки в даному міні-барі немає, то працівник записує це у формуляр і пише мешканцю: «Ви випили (назва напою)» і поповнює міні-бар. Наступного дня гостя просять підписати цей чек, залишають йому копію, а оригінал передають до розрахункової служби.

Міні-бари випускаються декількох типорозмірів: з корисним об'ємом 25, 30, 35, 40 і 50 л. Основними вимогами, які висуваються до міні-бару, наступні: його абсолютна безшумність при роботі (інколи міні-бар розміщують біля спального ліжка), невелике енергоспоживання, наявність функції авторозморожування; внутрішнє підсвітлення; простота під час прибирання завдяки полицям, що знімаються, та дверним лоткам; зміна напряму відкриття дверей за наявності альтернативної петлі на дверцятах; простота при установці; наявність скляних дверцят тощо.

2.3.7. Додаткові послуги закладів ресторанного господарства при готелі

До послуг, що надаються готелем, входять бронювання столиків у ресторані за бажанням мешканців, а також організація банкетів, обслуговування конференцій тощо.

Організація банкетів, балів, прийомів і презентацій як фізичними, так і юридичними особами є поширеною в ресторанах при готелях. Зважаючи на матеріально-технічну базу готельного комплексу, можуть бути організовані універсальні, спеціалізовані і комбіновані банкети. Для їх організації доцільним є використання «шведської лінії». Іноді за бажанням замовника дизайнери з інтер'єру можуть змінити інтер'єр банкетного залу у відповідності до стилю і масштабу заходу. Дуже поширеною є розробка пакету послуг для весілля і реєстрації шлюбу в Україні іноземних пар.

Організація і проведення «Щасливої години для наших гостей» – одна із нових форм послуг, що пропонуються сучасними готельними комплексами. Суть даної послуги полягає в тому, що в певний час дня будь-який гість готелю безкоштовно отримує келих шампанського чи іншого марочного або ординарного вина. Напої подаються у спеціально відведеній для цього гостинній. Для цього встановлюють дерев'яний стіл з келихами та напоями, а на стільниці вирізьблено англійською мовою: «Happy hour for our guests» (щаслива година для наших гостей). Відкорковує пляшки, наливає та подає келихи один офіціант. Другий офіціант здійснює прибирання посуду.

Біля цього столу напівколом розставляють крісла і дивани. Куточок декорують елементами фітодизайну та лампами з монопідсвітленням. Споживачі мають можливість знаходитися у цьому куточку не більше фіксованого для даної акції часу. Дану послугу можна також здійснювати в холі

готелю, використовуючи при цьому офіціантські візки, відерця для охолодження шампанського і ігристих вин.

При обслуговуванні VIP-гостей у складеній конвертом серветці може бути вкладена індивідуальна лопаточка для зернистої ікри чи інший маленький сюрприз (наприклад, красиво оформлена цукерка). В номер готелю перед заселенням VIP-гостей заносять корзинку з фруктами (яблуками, апельсинами, грушами, виноградом, сливами, ананасом, бананами тощо).

У номері бізнес-леді на подушці можна залишити маленьку шоколадку – як комплімент від готелю. В закордонних готелях провідних мереж замість шоколадки залишають вітамінку.

Метою цієї послуги є створення позитивного іміджу готельного комплексу в уяві потенційних споживачів; надання можливості мешканцям готельного комплексу отримати позачергове задоволення нечітко виражених потреб; надання можливості випадковому гостю приємно розпочати перебування в готелі та створення прецеденту появи фактора звикання до даного готелю; зміцнення позиції готельного комплексу в конкурентній боротьбі.

В сучасних будівлях готельних комплексів передбачають просторі приміщення для організації зборів, нарад, конференцій, конгресів, з'їздів, виступів, переговорів, укладання угод. Дані приміщення обладнують відповідним устаткуванням для демонстрації слайдів, вони мають назву конференц-залів. У деяких готельних комплексах під конференц-зали переобладнують частину банкетних залів, що є відповідним кроком до задоволення бажання ділової еліти здійснювати подібні заходи.

Обслуговування в конференц-залах організовується лише за бажанням учасників та у фіксований термін часу, частіше за все під час перерви на каву-брейк («Coffee break»). Учасникам заходу пропонуються порціонні кава, чай, цукор, вершки, молоко, мінеральна газована і негазована вода, сік, фрукти, тістечка в асортименті, іноді бутерброди-канапе з рибою та морепродуктами, сиром, шинкою та ковбасою. Асортимент продукції, що пропонується погоджується з організатором заходу. Обслуговування здійснюють найчастіше в обнос, при невеликій кількості учасників (наприклад до 15-20 осіб) або якщо гості сидять за одним столом. У випадку коли кількість учасників перевищує 20 осіб каву-брейк організовують за фуршетними столами. Вони можуть бути пересувними та розташовуються біля найкоротшої стіни чи електричної розетки. Обслуговування здійснюють суворо за знаком організатора заходу. Офіціанти з'являються лише під час перерви. Для отримання гарячої води користуються електрочайниками, термосами. При обслуговуванні в обнос можуть використовувати столову білизну – індивідуальні лляні серветки, а в інших випадках використовують паперові. За бажанням організатора може бути передбачено декілька перерв на каву-брейк з відповідним погодженням меню на кожну з них. Конференц-зал обладнують офіціантськими візками чи сервантами. Під час обслуговування учасників заходу офіціанти використовують таці і офіціантські візки дво- або триповерхові. Офіціантів об'єднують у бригади (ланки), що спеціалізуються на обслуговуванні подібних

заходів. У деяких випадках під час кава-брейку можуть пропонувати фітнес-заняття під певне музичне оформлення. Для цього запрошують спеціаліста-тренера, що проводить 20-25-хвилинні заняття.

Останнім часом досить популярною на ринку послуг ресторанів готельного господарства є організація «чайного столу», «чайної церемонії» чи «чайного клубу для леді». За бажанням мешканців готельного комплексу може бути організовано не тільки вранішній чай («High Tea»), але і післяобідній («Afternoon Tea»).

Для реалізації подібної послуги в ресторані чи кафе виділяють окремий зал або частину приміщення з відповідним оформленням інтер'єру. У залі встановлюють і тематично оформляють буфетну стійку-прилавок. Інтер'єр приміщення та предмети сервірування столів повністю повинні відповідати тематиці заходу «Чай по-російськи», англійський п'ятигодинний чай, чай «Жасмин», чай по-французьки, чай по-східному, чай по-китайськи, тощо. З цією метою підбирають відповідні меблі, посуд та набори. Замовлену споживачами буфетну продукцію офіціант зберігає в буфетній стійці. Методи і техніка обслуговування офіціантами є загальноприйнятими для ресторанів. Слід зауважити, що при організації «чайного клубу для леді» у закладі ресторанного господарства при готелі організатори можуть запропонувати програму вечорів на місяць, у якій вказують дату і час відкриття клубу, правила членства, а також порядок здійснення церемонії, вимоги до зовнішнього вигляду та наявність супутників тощо. У подібні клуби мають можливість вступати не лише мешканці готелю. Останнім часом модним стало все, що пов'язано зі Сходом, тому в ресторанах здійснюють подавання чаю по-східному, з відповідними обрядами і традиціями. Таким чином можна організувати десертний або фруктовий столи, використовуючи певну тематичну спрямованість.

Організацію розносної і розвізної торгівлі зазвичай здійснюють в залі закладу ресторанного господарства готельного комплексу при обслуговуванні груп туристів, а також учасників семінарів, нарад, конференцій та інших заходів. Організація розносної та розвізної торгівлі передбачається також у вечірні години при повсякденному обслуговуванні. Для обслуговування офіціанти використовують таці прямокутної чи круглої форм і офіціантські дво- або триповерхові візки. Споживачам пропонують фірмові сувеніри, сувеніри з національною символікою, фрукти, алкогольні напої, квіти, шоколадні набори, кондитерські дрібноштучні вироби банкетного виконання, тощо. Формений одяг офіціантів, які зайняті розсносною і розвізною торгівлею, як правило включає елементи національного одягу чи відповідає дизайну інтер'єру ресторану.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Назвіть типи закладів ресторанного господарства, які передбачають при готелях.
2. Охарактеризуйте заклади ресторанного господарства при готелях.

3. Назвіть та охарактеризуйте види сніданків, які пропонують в закладах ресторанного господарства при готелях.
4. Вкажіть особливості організації сніданку в готелях.
5. Назвіть особливості обслуговування в обідній час.
6. Назвіть особливості сервірування столів для експрес-обідів.
7. Назвіть форми розрахунку при обслуговуванні в закладах ресторанного господарства при готелях.
8. Охарактеризуйте організацію «шведського столу» в закладах ресторанного господарства при готелях.
9. Дайте характеристику додаткових послуг закладів ресторанного господарства при готелях.

Тестові завдання:

- 1 Заклади ресторанного господарства при готелях обслуговують**
 - 1) організований контингент;
 - 2) неорганізований контингент;
 - 3) організований та неорганізований контингент.
- 2 Форма обслуговування у ресторані при готелі**
 - 1) самообслуговування;
 - 2) обслуговування офіціантами;
 - 3) обслуговування барменом.
- 3 Найпоширеніший тип закладів ресторанного господарства при готелі**
 - 1) ресторан;
 - 2) бар;
 - 3) кафе.
- 4 Особлива увага в готелях приділяється організації**
 - 1) сніданку;
 - 2) обіду;
 - 3) вечері.
- 5 До загальноконтинентального сніданку відноситься**
 - 1) європейський сніданок;
 - 2) англійський сніданок;
 - 3) американський сніданок.
- 6 За часом організації сніданок при готелі буває**
 - 1) прискорений, комплексний;
 - 2) умовно обмежений, експрес-сніданок;
 - 3) ранній, пізній.
- 7 Сніданок із шампанським відноситься до**
 - 1) раннього;
 - 2) ранкового;
 - 3) пізнього.
- 8 Експрес-обіди в готелях реалізуються**
 - 1) за фіксованими цінами, без участі офіціантів;
 - 2) за фіксованими цінами, за попереднім замовленням;

1) за попереднім замовленням, після розрахунку.

9 **Експрес-сніданок** найчастіше використовується при організації харчування

- 1) мешканців готелю;
- 2) іноземних туристів;
- 3) у номерах готелю.

10 **Час організації сніданку в готелях**

- 1) з 5.00 до 10.00;
- 2) з 5.00 до 11.00;
- 3) з 6.00 до 10.00.

2.4. Організація обслуговування туристів

2.4.1. Особливості обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства

Харчування – це одна із головних видів послуг, які надаються туристам, і цілком або частково включається в їх обслуговування.

Послуги харчування, які надаються іноземним туристам, залежать від типу тарифів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – 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

Особливу увагу приділяють сервісу сніданків, тому що саме зі сніданку починається день споживачів та від його організації багато у чому залежить їх самопочуття і настрої.

Розрізняють наступні види сніданку: європейський (континентальний), розширений, буфетний («шведська лінія»), повний (у т. ч. англійський, американський). Особливості цих видів сніданків описані в темі 3.3. Знання національних особливостей сніданків можуть бути корисними при плануванні виробничої програми підприємства.

Витрати на харчування туристів залежать від класу туристичних документів. Харчування туристів організовують у ресторанах, а за здешевленими турами – у кафе або їдальнях. Для туристів, які подорожують групами, рекомендують повний раціон або напівраціон харчування, а туристи які подорожують індивідуально, заздалегідь оплачують лише сніданок. Обід та вечеря рекомендується їм за меню ресторану із розрахунком готівкою. Для індивідуальних та групових туристів у перший день заїзду як правило пропонують єдиний європейський сніданок, а в подальшому враховують їх побажання, зокрема національні уподобання.

Харчування туристів забезпечують в ресторанах, їдальнях, кафе при готелях, мотелях, кемпінгах. У випадку коли вони не можуть забезпечити харчуванням усіх проживаючих, туристичні фірми можуть запропонувати сусідні заклади ресторанного господарства.

Туристи, які прийняті в умовах кемпінгу, розраховуються за харчування готівкою. Вони мають можливість харчуватися в закладах ресторанного

господарства або готувати їжу самостійно. З цією метою на території кемпінгу передбачається кухня та торгові підприємства, у яких можна придбати необхідні продукти.

Відносини між закладами ресторанного господарства та туристичною фірмою визначаються договором, у якому зазначаються наступні дані: період, протягом якого туристи харчуватимуться в закладах даної організації, умови забезпечення харчуванням туристів, вартість денного раціону харчування та порядок розрахунку. Графіки перебування туристів у яких зазначаються клас обслуговування, національність туристів, дата прибуття, тривалість перебування та кількість туристів повинні надаватися туристичними фірмами за п'ять днів до початку обслуговування.

Заявки (замовлення) на обслуговування груп туристів направляються виділеним для цієї мети закладам ресторанного господарства не пізніше ніж за добу. У заявці вказуються індекс групи, національність та кількість туристів, клас обслуговування, дата та час обслуговування, прізвище представника фірми та відповідального за обслуговування даної групи.

Група туристів має прибути в заклад ресторанного господарства у точно визначений час. У випадку затримки представник фірми, який є відповідальним за обслуговування туристів, повинен довести дану інформацію до відома адміністрації закладу, але не пізніше ніж за 2 год. до початку обслуговування. Інакше туристична фірма зобов'язана буде відшкодувати закладу ресторанного господарства вартість (за цінами реалізації) готової продукції, що не може бути реалізована. На продукцію складають акт у трьох примірниках, які підписують директор закладу, представник фірми та санітарний лікар (у випадку коли він відсутній у штаті підприємства, то завідувач виробництва, що не є матеріально відповідальною особою), а також матеріально відповідальна особа, продукція якої актується.

Туристична фірма зобов'язана відшкодувати закладу ресторанного господарства додаткові витрати, які пов'язані з простоем місць через неявку туристів у визначений час.

Переважає більшість туристів харчується три рази на день. Сніданок передбачають з 8.00 до 10.00 (може бути передбачено більш ранній – о 7.00), обід – з 12.00 до 15.00, вечерю – з 17.00 до 19.00, іноді до 20.30. Середня тривалість сніданку не повинна перевищувати 30 хв., а обіду та вечері – 40 хв.

Харчування групових туристів, які відвідують вечірні заходи, організовують до їх початку, іноді – після заходу в межах режиму роботи закладу ресторанного господарства.

У день заїзду груп туристів забезпечення харчуванням може провадитися тільки до закінчення роботи торговельного залу.

У закладах ресторанного господарства при готелях у першу чергу обслуговують індивідуальних іноземних туристів. З метою ліквідації зривів у роботі закладів ресторанного господарства їх інформують про час сніданку, обіду та вечері через бюро обслуговування готелів. У денні і вечірні години індивідуальних іноземних туристів обслуговують за порційним меню страв. 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.

При обслуговуванні групи 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. В окремих випадках алкогольні напої і тютюнові вироби можуть відпускатися за рахунок ліміту на харчування за письмовим дозволом на це адміністрації туристичної фірми.

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.

Ще до приходу туристів відповідно до затвердженого меню сервірують столи для сніданку, обіду чи вечері. На сніданок попередньо ставлять мінеральну і фруктову води, соки, джем, мед, молочні продукти та холодні закуски, хліб, до обіду та вечері – напої, холодні закуски, хліб та солодкі страви (крім морозива). Гарячі страви та напої подають, коли відвідувачі цілком заповнили зал чи його частину, що відведена для туристів.

Для іноземних туристів рекомендується обслуговування за типом «шведського столу» або іншими прогресивними формами, які сприяють прискоренню процесу обслуговування і забезпечують високу його якість. За бажанням іноземних туристів (головним чином індивідуальним) харчування може бути подано в номер готелю, за що стягується додаткова плата.

У випадку коли туристи виїжджають за місто та не встигають повернутися до обіду, то за попередньою домовленістю з представником фірми їм може видаватися дорожній набір, що включає продукти, які швидко не псуються, мінеральну або фруктову воду. При цьому враховуються побажання туристів. У кожному пакеті передбачають одноразовий стакан, серветку та ключ для відкривання пляшок. Вартість такого дорожнього набору має відповідати вартості визначеного виду харчування.

У вечірні години іноземні туристи можуть скористатися послугами барів, коктейль-холів, а також подивитися концертно-естрадні програми та послухати музичні ансамблі.

Після кожного прийому їжі метрдотель через представника фірми з'ясовує зауваження та побажання туристів і заносить їх до книги побажань та пропозицій. Ця книга повинна бути пронумерована, прошнурована, завірена печаткою та підписом керівництва. Зауваження та побажання метрдотель повідомляє директору закладу ресторанного господарства і представнику

фірми. Наявні відгуки та пропозиції або зауваження обговорюють на виробничій нараді та вживають заходів щодо усунення недоліків в обслуговуванні іноземних туристів.

При обслуговуванні груп іноземних туристів кожний офіціант має обслужити 10-15 осіб, а індивідуальних туристів – не більше 8.

Персонал ресторану, що зайнятий в обслуговуванні іноземних туристів, повинен знати іноземні мови, хоча б в межах мінімуму, необхідного для роботи.

2.4.2. Обслуговування туристів у дорозі

Організація харчування туристів у дорозі може здійснюватися у вагонах-ресторанах, ресторанах морських та річкових суден, ресторанах та кафе залізничних, морських та річкових вокзалів та аеропортів.

З підприємствами та закладами ресторанного господарства, які обслуговують пасажирів, представники фірми укладають договір. У договорі мають бути зазначені кількість туристів, ліміт вартості денного раціону харчування на 1 туриста, режим роботи закладів ресторанного господарства та порядок розрахунку.

Туристична фірма подає закладу, який обслуговує пасажирів, заявку на харчування певних груп туристів не пізніше ніж за одну добу. Заявки на харчування туристів спеціальних поїздів рекомендують надавати за 72 години. У цих заявках вказують кількість туристів, їх національність, клас обслуговування, а також маршрут проходження та час обслуговування.

Харчування для груп туристів надають у часи, які погоджені з представником фірми. Тривалість роботи закладів ресторанного господарства, що функціонують на транспорті повинна складати не більше 14 годин протягом доби. Адміністрація ресторану інформує групових та індивідуальних туристів про час сніданку, обіду і вечері на українській та іноземній мовах по радіо.

Меню кожного прийому їжі складають з урахуванням класу туристичних документів, яке потім погоджують з представником фірми та керівником групи. Відповідно до розробленого меню вагони-ресторани, а також інші заклади ресторанного господарства забезпечують необхідним запасом продуктів та напоїв. За необхідності додаткове їх постачання здійснюють на шляху проходження.

У випадку коли у складі поїзда не передбачено вагон-ресторан, то іноземні туристи забезпечуються дорожніми наборами. Заявка на їх комплектування складається представником фірми і повинна містити індекс групи, національність та кількість туристів, клас обслуговування, дату та час обслуговування, прізвище представника фірми та відповідального за обслуговування даної групи.

2.4.3. Розрахунок за харчування

Туристи, що мають індивідуальні туристичні документи, у ресторанах та

кафе обслуговуються за готівку, а в закладах ресторанного господарства готелю – за готівкою та кредитними картками.

Розрахунок за кредитними картками здійснюють за наявності касових апаратів з спеціальним пристроєм для зчитування основних даних кредитної картки. Розрахунок за харчування здійснюється за певним порядком, який визначається Інструкцією про порядок торговельного обслуговування для власників кредитних карток. Перед виписуванням рахунку, офіціант надає метрдотелю рахунок, що оформлений згідно з діючими правилами. На рахунку поданому офіціантом має бути відмітка «оплата кредитною картою». Наприкінці робочого дня на виписані рахунки складаються описи в яких зазначаються дати та види рахунків та суми за надане харчування. Описи разом з двома екземплярами рахунків здаються до бухгалтерії закладу ресторанного господарства.

Сніданок у закладах ресторанного господарства надається індивідуальним іноземним туристам після пред'явлення ними візитних карток готелю.

Оплата вартості послуги «замовлення за телефоном» на сніданок до номера здійснюється готівкою за рахунком. Обід і вечеря за індивідуальним замовленням іноземних туристів може оплачуватися готівкою або за кредитними картками.

Туристи, що прибувають на відпочинок індивідуально, поселяються в готелі та відразу оплачують вартість проживання та сніданку. Якщо під час відпочинку вони здійснюватимуть екскурсії, обід та вечерю вони можуть оплачувати щодня. У випадку коли спеціальних касових апаратів немає чи у гостя відсутня кредитна картка, то розрахунок за харчування він може здійснювати за виписаним офіціантом чеком через бухгалтерію. Такий розрахунок створює для туристів певні незручності.

Для групових туристів послуги харчування надаються за безготівковим розрахунком. Під час обслуговування групи туристів у ресторанах і кафе метрдотель чи офіціант одержують від представника фірми, який супроводжує групу, письмове підтвердження про виконання замовлення. Підтвердження виписують у двох примірниках, при цьому оригінал передають метрдотелю чи офіціанту, а копія залишається у представника фірми.

Оригінал підтвердження містить відрізу грошову сітку вартості послуг, яка розміщується у верхній частині та відрізається метрдотелем чи представником фірми відповідно до суми замовлення. Аналогічна сума для полегшення контролю прописується цифрами в нижній частині підтвердження.

Обов'язково на всіх аркушах замовлень книжки під час її видачі під грошовою сіткою проставляють термін її дії, прізвище супроводжуючого, а також номер його службового телефону чи довідки про відрядження та зразок підпису. Окрім цього, вказується, кому вона виписана, назва країни та номер сповіщення, індекс групи, клас обслуговування та кількість людей у групі й отримані послуги. Штамп (печатка) фірми ставиться на нижній частині підтвердження.

Контроль за дотриманням лімітів на харчування покладено на гід-

перекладача, який супроводжує групу. Звітом за відпущене харчування, який надають метрдотель або офіціант є письмове підтвердження виконання замовлення на харчування. Воно повинно бути заповнено чітко та без виправлень. Разом з випискою підтвердження виконання замовлення адміністрація ресторану або кафе подає представнику готелю меню, у якому вказується найменування страв, їх вихід та ціна. Меню разом із замовленням та підтвердженням його виконання здається в бухгалтерію закладу.

Заклади ресторанного господарства після обслуговування туристів виставляють рахунки туристичній фірмі та додають до них документи на оплату вартості їх харчування, підтвердження виконання замовлення, а також рахунки за кредитними картками та акти на не реалізовану з вини туристичної фірми продукцію, рахунок на відшкодування фактичних збитків.

Оплата вартості харчування іноземних туристів здійснюється відділеннями або агентствами туристичної фірми плановими платежами відповідно до договорів, які укладені із закладами ресторанного господарства. У договорах вказують терміни та суми платежів з урахуванням графіків перебування туристів, а також порядок оплати фактичних витрат, пов'язаних з обслуговуванням та збитки, що спричинені простоем місць через їх неявку в призначений час.

2.4.4. Комплексне обслуговування подорожуючих з діловими цілями

Комплексне обслуговування іноземних туристів подорожуючих з діловими цілями відіграє велике значення для успіху переговорів. Дуже важливим є справити позитивне враження на іноземних туристів подорожуючих з діловими цілями завдяки високому організаційному рівню прийому.

Підготовку до прийому іноземних гостей починають заздалегідь (найкраще за місяць, але не менше ніж за 10 днів). Спочатку уточнюють дату заїзду, номер рейсу, чисельність гостей та кількість супроводжуючого персоналу (референтів, охоронців тощо). Далі виявляють вимоги та побажання гостей щодо організації прийому, у тому числі: вимоги до проживання (одно-, двомісні номери або апартаменти, рівень зірковості готелю); вимоги та побажання щодо організації харчування (наприклад, релігійні обмеження в харчуванні, наявність вегетаріанців та людей, які потребують дієтичного харчування тощо); вимоги щодо автомобіля (наприклад, бажана марка та модель); встановлюють дату від'їзду гостей (день та час), необхідність забезпечити їх білетами.

У випадку коли іноземних туристів подорожуючих з діловими цілями приймає вітчизняна компанія, то турботи з організації прийому лягають на секретаря компанії чи PR-менеджера. Аналогічну комплексну послугу можуть надавати туристичні агентства, які спеціалізуються на конференц-сервісі та у яких налагоджені зв'язки з водіями, а також адміністраторами готелів, перекладачами, кейтеринговими компаніями і ресторанами. Як правило, вартість комплексної послуги з організації зустрічі складає приблизно 3-10 %

від загального бюджету на обслуговування.

Зустріч іноземних туристів подорожуючих з діловими цілями в аеропорту здійснює менеджер (він тримає в руках табличку із назвою приймаючої фірми), а потім супроводжує гостей до готелю, уточнюючи план візиту.

Поселяють іноземних туристів подорожуючих з діловими цілями у заздалегідь заброньовані номери. Під час замовлення номера для іноземного гостя обов'язково враховують місце розташування готелю, рівень сервісу та безпеки, можливість безоплатних місцевих телефонних розмов та підключення ноутбука до Інтернету. Заявки на бронювання приймають за факсом, електронною поштою чи за телефоном (але враховують, що телефонне замовлення не є гарантованим). Компанія, яка часто приймає іноземних туристів подорожуючих з діловими цілями, може укласти з відповідними готелями корпоративні договори на обслуговування. Такій компанії надається ряд пільг: у 4 та 5-зіркових готелях 10-20-відсоткові знижки; також можуть бути передбачені подарунки іменинникам або безоплатне проживання протягом доби як бонус тощо.

Обов'язково необхідно уважно вивчити вимоги гостей до організації харчування. Так, іноземні туристи, особливо під час сніданку і вечері, віддають перевагу «шведському столу», саме тому поряд з організацією харчування за меню скомплектованих сніданків, обідів, вечерь або за меню вільного вибору страв у 4- та 5-зіркових готелях сніданки та вечері повинні надаватися і за типом «шведського столу». Причому сніданок за типом «шведського столу» має бути включений у вартість проживання та надаватися з 7-ї години ранку. Іноземним туристам під час обіду та вечері доцільно запропонувати страви української кухні. Іноді вони можуть виявити зацікавленість стравами іншої національної кухні. Тоді варто запропонувати відвідати відповідний ресторан (іспанський, італійський, французький, східної кухні тощо).

Вибір закладу ресторанного господарства залежить від мети зустрічі. У випадку коли проводиться презентація, то святкову вечерю можна організувати у тому ж залі (ресторані), де вона проходила. Коли метою є знайомство і встановлення контактів, то святкову вечерю краще організувати в розважальному комплексі, а для цього можливо слід звернутися до послуг кейтерингових компаній.

Обов'язково слід передбачити подавання кави, чаю, соків, печива у перервах між засіданнями під час ділових зустрічей, але слід враховувати, що іноземці не люблять тривалих кави-пауз. Також не слід при цьому використовувати одноразовий посуд. Офіціантам необхідно весь час слідкувати за порядком на столі, а саме відразу прибирати використаний посуд та тримати достатній запас чистого (чашок, тарілок, чайних та кавових ложок).

Переважає більшість іноземних гостей користується послугами фітнес-центру, тому наявності такої послуги в готелі буде доцільною.

При виборі готелю іноземні туристи, що подорожують з діловими цілями виявляють чи надає готель конференц-зал, враховують його місткість, оформлення, меблі та наявність необхідного обладнання. Конференц-зал має бути комфортним, добре освітленим та з достатнім надходженням свіжого

повітря.

Не слід також забувати про організацію дозвілля іноземних туристів. У вільний час іноземним туристам можна запропонувати культурну програму, що передбачає екскурсії по місту, в музеї, оперний театр та ін. Користуються у них популярністю також боулінг-клуби, більярд, дартс та пейнтбол (для чоловіків). Деякі ресторани міста поряд з організацією харчування можуть надавати додаткові послуги. Якщо туристи хочуть розважатися, то їм можна запропонувати відвідати паб або нічний клуб з певною концертною програмою.

Іноземні туристи цінують надання такої послуги як тайм-менеджмент. Цю послугу надає менеджер – координатор зустрічі. Він має забезпечити насиченість візиту, відгородити гостей від сторонніх людей, а також знайти партерів у певних сферах бізнесу та заздалегідь домовитися з ними про зустріч тощо.

Іноземні туристи звикли скрізь розраховуватися кредитними картками. У випадку коли не можна це забезпечити, менеджер приймаючої сторони повинен розплатитися готівкою, а в день від'їзду надати гостю перелік покупок та чеків.

Досвідчений менеджер повинен розуміти настрій гостей, своєчасно надавати допомогу при виникненні проблем, тобто непомітно управляти всім процесом обслуговування ділової зустрічі.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Назвіть комплекс послуг харчування, які надаються іноземним туристам.
2. Вкажіть особливості та основні етапи підготовки до прийому іноземних гостей.
3. Назвіть та дайте характеристику основних видів сніданків, що пропонуються туристам.
4. Назвіть та охарактеризуйте типи закладів ресторанного господарства в яких здійснюється обслуговування туристів.
5. Назвіть особливості формування меню для іноземних туристів.
6. Назвіть особливості обслуговування іноземних туристів у закладах ресторанного господарства.
7. Назвіть особливості обслуговування туристів з дітьми.
8. Вкажіть основні форми розрахунку за харчування з туристами.
9. Назвіть особливості обслуговування групи туристів у закладах ресторанного господарства.
10. Назвіть особливості обслуговування туристів під час подорожі на транспорті, при виїзді за місто.

Тестові завдання:

1 Тариф напівпансіон передбачає

- 1) розміщення без харчування;
- 2) розміщення і дворазове харчування: сніданок та обід або вечеря;

3) розміщення і триразове харчування: сніданок, обід та вечеря.

- 2 У ресторанах і кафе при готелях в першу чергу обслуговують**
 - 1) групи туристів;
 - 2) мешканців готелю;
 - 3) індивідуальних іноземних туристів.
- 3 Дітям від двох до десяти років харчування надається**
 - 1) за загальним меню;
 - 2) за спеціальним меню в межах 30 % лімітної вартості харчування дорослих туристів;
 - 3) за спеціальним меню в межах 50 % лімітної вартості харчування дорослих туристів.
- 4 При обслуговуванні індивідуальних туристів офіціант повинен обслужити**
 - 1) не більше 5 осіб;
 - 2) не більше 8 осіб;
 - 3) не більше 10 осіб.
- 5 Організація харчування туристів у дорозі здійснюється у**
 - 1) загальнодоступних закладах ресторанного господарства;
 - 2) вагонах-ресторанах, ресторанах морських і річкових суден;
 - 3) вагонах-ресторанах, ресторанах морських і річкових суден, ресторанах і кафе залізничних, морських і річкових вокзалів та аеропортів.
- 6 Вартість комплексної послуги з організації зустрічі іноземних гостей складає**
 - 1) 3-10 % від загального бюджету на обслуговування;
 - 2) 3-8 % від загального бюджету на обслуговування;
 - 3) 7-10 % від загального бюджету на обслуговування.
- 7 Сніданок у ресторанах надається індивідуальним іноземним туристам**
 - 1) у чітко відведений для цього час;
 - 2) за пред'явленими візитними картками готелю;
 - 3) після розрахунку.
- 8 Вартість послуги «замовлення за телефоном» на сніданок до номера**
 - 1) оплачується готівкою за рахунком;
 - 2) оплачується кредитною карткою;
 - 3) включається в загальний рахунок.
- 9 Туристи, які прибувають на відпочинок індивідуально**
 - 1) оплачують відразу вартість проживання;
 - 2) оплачують відразу вартість проживання і сніданку;
 - 3) оплачують рахунок перед від'їздом.
- 10 Груповим туристам послуги харчування надаються**
 - 1) після сплати готівкою;
 - 2) після сплати кредитною карткою;
 - 3) за безготівковим розрахунком.

2.5. Організація обслуговування пасажирів на транспорті

2.5.1. Обслуговування пасажирів на залізничному транспорті

Харчування пасажирів на транспорті також має свої особливості. Так, харчування пасажирів залізничного транспорту організують на залізничних вокзалах та в дорозі. З цією метою на залізничних вокзалах функціонують різноманітні типи закладів ресторанного господарства: ресторан, кафе, їдальні, буфети, заклади швидкого обслуговування. Режим роботи закладів ресторанного господарства залежить від режиму роботи вокзалу. У більшості закладів ресторанного господарства застосовується самообслуговування, а пасажирам пропонують комплексні види харчування. Лише у ресторанах при вокзалах може застосовуватися обслуговування офіціантами для обслуговування транзитних пасажирів за попереднім замовленням та пасажирів з дітьми. Переважна більшість буфетів винесена в торговий зал, що забезпечує можливість пасажирам придбати необхідні товари в дорозі.

Харчування пасажирів у дорозі організовується переважно у вагонах-ресторанах, вагонах із купе-буфетами, вагонах-кафе самообслуговування. Вагони-ресторани передбачаються в потягах, тривалість рейсу яких складає більше доби, або ж в туристських потягах спеціального призначення. Вагони із купе-буфетами, вагони-ресторани самообслуговування та кафе-самообслуговування передбачаються в потягах тривалість рейсу яких складає менше доби.

Вагон-ресторан представляє собою торгову залу на 48 місць з буфетною стійкою, виробниче приміщення та мийну столового посуду.

Обслуговування пасажирів здійснюється у залі вагону-ресторану. Зал вагону-ресторану розміщується у двох салонах, у яких встановлюють 12 складних чотиримісних столи чотирикутної форми, які торцевим боком упираються в стіну вагона навпроти вікна. Навколо кожного столу розміщують напівм'які стільці. Над кожним столом у нижній частині віконної рами вмонтована невелика решітка з чотирма комітками для пляшок. Столи накривають скатертинами або індивідуальними серветками. При реалізації комплексних обідів сервірування столів передбачає розміщення піріжкової тарілки, столових наборів, фужеру, паперових серветок, наборів для спецій та квітів, а у вечірні години додатково передбачають закусочні тарілки.

У виробничому приміщенні вагону-ресторану передбачають холодильне обладнання, плити та виробничі столи. Все устаткування працює за рахунок використання енергії руху потяга. Вагони-ресторани працюють на напівфабрикатах, які разом з іншою продукцією отримують на вузлових станціях із стаціонарних закладів ресторанного господарства. Основний асортимент продукції, яку реалізують у вагонах ресторанах включає холодні закуски, перші та другі страви, кисломолочні продукти, мінеральну і фруктову воду, кондитерські вироби, дорожні набори. Буфетна продукція, дорожні набори та гарячі страви за попередньою заявкою можуть доставлятися пасажирам в купе.

У випадку коли кількість пасажирів потягу становить 400-450 осіб, то до

складу потяга доцільно включити три вагони-ресторани.

Вагони із купе-буфетами переважно реалізують чай, каву, безалкогольні напої, фрукти, соки, хлібобулочні та кондитерські вироби, дорожні набори. Обслуговування здійснює буфетник, а розносу торгівлю у вагонах – буфетник-розносник. Обладнують купе-буфети холодильним обладнанням для зберігання швидкопсувних продуктів, обладнанням для підігрівання води та ваннами для миття столового посуду. Однак, у купе-буфетах для подавання страв переважно використовують одноразовий посуд.

Вагони-ресторани самообслуговування представляють собою зал на 27 місць, із яких 24 передбачено для споживання їжі стоячи. Усі столи упираються торцевим боком у роздавальну стійку, яка оснащена охолоджуваними шафами, вітринами, полицями, висувними ящиками та нішами для візків.

Холодні закуски, напої, закупні товари та кондитерські вироби пасажиром пропонують на вибір, а гарячі страви реалізуються у вигляді декількох варіантів комплексних обідів. Для їх комплектування використовують спеціальні таці з гніздами для посуду, які на візку доставляють до роздавальні.

Кафе-самообслуговування представляє собою торгову залу на 20 місць, яка займає половину пасажирського вагона, виробниче приміщення та мийне відділення. У залі передбачають роздавальну стійку зі вставними охолоджуваними та не охолоджуваними шафами, висувними ящиками, кавоваркою та касовим апаратом, у виробничому приміщенні – необхідне теплове та холодильне обладнання, виробничі столи. Кафе-самообслуговування переважно реалізують бутерброди, кисломолочні продукти, салати, яйця варені, сосиски, м'ясні другі страви з гарніром, гарячі напої, соки та дорожні набори.

При обслуговуванні туристських потягів пасажирів забезпечують триразовим харчуванням, а під час екскурсій – дорожніми наборами. Організують харчування за меню денного раціону з можливістю додатково придбати продукцію у буфеті. Обслуговуванням пасажирів займається спеціальна бригада у складі директора, завідувача виробництвом, двох кухарів, двох кухонних працівників, мийника посуду, трьох офіціантів (один з них офіціант-розносник) та буфетника. Директор, поряд із загальним керівництвом, може паралельно виконувати обов'язки буфетника. Він також здійснює оформлення документів на одержання необхідної продукції, здійснює інструктаж бригади та є матеріально відповідальною особою за продукти і предмети матеріально-технічного оснащення.

2.5.2. Обслуговування пасажирів на авіатранспорті

Харчування пасажирів авіатранспорту організують в аеровокзалах та на борту літака при тривалості рейсу понад 1,5 год.

З цією метою на аеровокзалах функціонують різноманітні типи закладів ресторанного господарства: ресторан, кафе, буфети, службова їдальня для льотного складу. Тривалість обслуговування в них споживачів складає: у

ресторані — 40 хв., у кафе із самообслуговуванням — 20, у буфеті — 10, у службовій їдальні — 20 хв. Режим роботи закладів ресторанного господарства залежить від режиму роботи аеровокзалу, а їх місткість — від пропускної спроможності аеровокзалів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Типи і місткість закладів ресторанного господарства

Заклади ресторанного господарства	Кількість місць у залах закладів ресторанного господарства при аеровокзалах із пропускною спроможністю, пасажирів за годину									
	50	100	200	400	600	800	1000	1500	2000	2500
Ресторан	—	—	—	50	50	100	100	150	200	250
Кафе	—	25	50	50	50	50	50	100	100	150
Буфет	12	8	12	24	32	40	66	84	90	120
Службова						50	50	50	100	100
Усього	12	33	62	124	132	240	266	384	490	620

У випадках збійних ситуацій заклади ресторанного господарства перебудовують свою роботу таким чином, щоб прискорити процес обслуговування і по можливості задовольнити потребу в харчуванні всіх пасажирів, змушених протягом декількох годин очікувати вильоту літака. Так, в ресторанах для обслуговування пасажирів можуть бути задіяні банкетні зали та тимчасово введено спрощене меню. Спрощене та комплексне меню пропонують також у кафе з обслуговуванням офіціантами, а процес обслуговування організують за типом «шведського столу». У кафе із самообслуговуванням широко застосовують реалізацію комплексних видів харчування, скомплектованих на тацях, а також допускається максимальне збільшення місць навіть за рахунок тимчасового зниження рівня комфорту. У буфетах збільшують кількість буфетників, організують продаж дорожніх наборів та по можливості облаштовують додаткові спеціалізовані буфети, чайні столи, пересувні буфети на візках з продажем гарячих напоїв, наборів бутербродів, кондитерських виробів, морозива, соків і кисломолочної продукції. У місцях найбільшого скупчення пасажирів встановлюють пересувні буфети.

Особлива увага приділяється організації харчування пасажирів на борту літака. Харчування на борту літака можна класифікувати за раціоном харчування, контингентом споживачів та замовником.

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

За контингентом споживачів розрізняють: харчування для пасажирів та екіпажу. До складу екіпажу входять капітан, перший помічник, штурман та стюардеси. Залежно від типу повітряного судна команда може бути і більшою. Раціон харчування екіпажу відрізняється від страв, які пропонуються пасажиром, крім того, для капітана передбачений окремий набір продуктів.

За замовником харчування поділяється на харчування, яке замовляється

авіакомпанією, та харчування, що надається пасажиром (екіпажу) чартерного рейсу.

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

- прийняття замовлення на харчування від представників авіакомпаній;
- приготування харчування згідно із замовленням;
- обслуговування повітряного судна;
- обслуговування пасажирів після зльоту.

1. 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, діет, особистих побажань.

2. Приготування харчування згідно із замовленням. У кожному аеропорту створені цехи бортового харчування, в яких готують сніданки, обіди і вечері для споживання в дорозі. Цехи складаються з двох відділень: для розфасування продуктів та укладання їх у контейнери та для їх миття. У фасувальне відділення з холодного цеху ресторану надходять закуски, із гарячого – бульйон та інші страви. Перед укладкою в контейнери холодні закуски і інші страви порціонують. Помиті фрукти, шматки хліба, столові набори загортають у целофан. Готову їжу доставляють із ресторану аеропорту в літак у спеціальних контейнерах.

На підприємстві щоденно складається виробнича програма згідно із замовленням, розкладом польотів літаків та затвердженим асортиментним переліком страв, що видаються на борт. Специфіка підприємства полягає в тому, що виробництво продукції здійснюється чітко за розкладом авіарейсів, які обслуговуються підприємством. Виробнича програма є основою для розрахунку необхідності в сировині, складання вимог до приміщень на відпуск сировини та закупних товарів.

Складські приміщення ритмічно постачають сировину на виробництво. Сировина, яка використовується на підприємстві. Спочатку вона надходить у складські приміщення, де зберігається, а потім передається у заготівельні цехи – овочевий та м'ясо-рибний і піддається там обробці. Технологічний процес виробництва кулінарної продукції можна поділити на декілька стадій:

1. Механічна кулінарна обробка продуктів, яка включає операції з приготування напівфабрикатів, нарізання та порціонування овочів, фруктів.

2. Теплова кулінарна обробка продуктів, при якій напівфабрикати доводяться до готовності, після чого у спеціальній холодильній шафі швидко охолоджуються до температури +5°C.

3. Порціонування, фасування та упакування страв на пакувальній лінії, на якій операції здійснюються вручну та із застосуванням конвеєра.

4. Транспортування страв на борт літаків для подальшої реалізації пасажиром.

Після приготування холодних страв та закусок їх порціонують і

транспортують до відділу фасування. Для короткочасного зберігання сировини, напівфабрикатів та готової продукції передбачена холодильна камера. При цьому враховується, що повна готовність страв і кулінарних виробів має бути за дві години до запланованого авіарейсу.

Для порціонування готових страв використовується різний посуд — пластиковий, фарфоровий, металевий, скло, залежно від рівня авіакомпанії. Харчування для кожної авіакомпанії фасується у фірмовий посуд (з логотипом авіакомпанії) та на касалетки, які відрізняються за кольором та формою. Крім того, розробляється та попередньо затверджується асортимент продукції, закупних товарів та порядок розміщення посуду зі стравами, наборів, серветок, пакетиків цукру, чаю тощо на касалетці. Для спрощення роботи кухарів, фасувальників, підтримання якості оформлення та подавання страв розробляються карти-схеми з чіткими вказівками стосовно асортименту та виходу страв, переліку та розміщення їх та іншого інвентарю. Кожну розфасовану касалетку закривають харчовою плівкою та складають у контейнери (тролі), на яких наклеюється лейба, де вказуються строки реалізації продукції та відповідальний за їх завантаження.

3. Обслуговування пасажирів повітряного судна. Порядок наземного обслуговування повітряного судна згідно з міжнародними документами включає наступні операції:

- надання відомостей про представництво обслуговуючої компанії та її розміщення;
- процедури контролю завантаження повітряного судна, надання засобів зв'язку і автоматизованої системи управління вильотом;
- контроль за засобами пакетування вантажів;
- використання первинних технологій (супроводження, стоянка, зв'язок з екіпажем, завантаження – розвантаження, запуск, переміщення повітряного судна, безпека);
- обслуговування повітряного судна після прильоту та перед вильотом (очищення, внутрішнє прибирання, обслуговування туалетів, заправлення водою, кондиціонування, обслуговування окремих сервісних систем пасажирського салону, внутрішньої екіпіровки);
- заправлення паливом, дозаправлення мастильними матеріалами і спец- рідинами;
- технічне обслуговування повітряного судна;
- забезпечення спеціальним транспортом;
- здійснення контролю і управління якістю;
- забезпечення бортовим харчуванням;
- забезпечення охорони і безпеки.

Процес завантаження бортовим харчуванням здійснюється за відпрацьованою схемою. Для транспортування страв використовується спеціальний автомобіль, кузов якого може вертикально переміщуватися на висоту, необхідну для зручного перевезення тролей з харчуванням на борт літака, та обладнаний спеціальними ремнями, які фіксують тролі біля стінок під час транспортування. Автомобіль під'їжджає до хвостового відділення

повітряного судна, де знаходяться допоміжні приміщення. Працівники підприємства харчування знімають тролі з використаним посудом і харчовими відходами з літака після його прильоту та завантажують нове замовлення. Представник підприємства передає його стюардесі, при цьому показавши та перерахувавши контейнери з продукцією згідно із замовленням. Стюардеса підписує накладну, і машина від'їжджає від літака.

4. Обслуговування пасажирів після зльоту. Для зберігання і підігрівання продукції на борту літака є буфет-кухня, де встановлені електрична жарова шафа, плита, апарат для приготування гарячих напоїв, холодильна шафа.

Після зльоту літака стюардеса розігріває гарячі страви, водночас пропонуючи пасажирам прохолодні напої, а потім викладає касалетки з підігрітими стравами на таці з холодними закусками і розвозить пасажирам. Спочатку обслуговуються пасажири першого класу та бізнес-класу, а потім економ-класу. Страви подають у посуді, який не б'ється. їжу приймають із таць, що прикріплюються за допомогою відкидних кронштейнів до спинки крісла перед пасажиром. По закінченні споживання їжі таці кладуть у спеціальний чохол, що знаходиться у спинці крісла.

Після того, як пасажири пообідають, стюардеса прибирає касалетки та складає їх у тролі, які після посадки будуть зняті разом з використаним посудом.

Вимоги пасажирів до організації бортового харчування та обслуговування:

1. Своєчасність передавання на борт літака харчування.
2. Бездоганне виконання комплектності замовлення, його оформлення.
3. Постійна висока якість продукції та сервісу обслуговування.
4. Забезпечення гігієни та чистоти.
5. Індивідуальний сервіс по всьому світу.
6. Швидке вирішення проблем, пов'язаних з організацією харчування.

5. Управління якістю. Цехи бортового харчування виготовляють продукцію харчування як для пасажирів внутрішніх рейсів, так і міжнародних. Тому якості продукції приділяється дуже велика увага. Процес приготування страв контролюється від постачальника до обслуговування повітряного судна. Документи заповнюються відповідальними особами і зберігаються на підприємстві протягом шести місяців.

Для забезпечення високої якості продукції харчування на підприємстві здійснюється жорсткий контроль на всіх етапах виробництва та доставки готових раціонів за температурним режимом. Для цього використовується спеціальний термоапарат, лазерний промінь якого спрямовується у товщу напівфабрикату, готової страви (виробу) і фіксує їх температуру.

На підприємстві діє міжнародна система контролю безпеки продуктів харчування НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points), яка спрямована на запобігання або зниження до допустимого рівня фізичного, біологічного або хімічного ризику зараження продукції шляхом постійного виробничого контролю, яка ґрунтується на систематичному (щоденному) заповненні на

будь-якій виробничій ділянці бланків НАССР, починаючи від прийому та завантаження сировини до транспортування готової продукції на борт літака. В бланках фіксується час (год./хв.), назва напівфабрикату, страви, їх температура на момент заміру тощо. На борт літака продукція поставляється при температурі +5°C.

2.5.3. Обслуговування пасажирів на автотранспорті

Організація харчування пасажирів автотранспорту переважно здійснюється на території автовокзалу, де розташовуються заклади ресторанного господарства. Функції та перелік послуг, які може надавати заклад ресторанного господарства для організації харчування та обслуговування пасажирів на автотранспорті значно відрізняється від функції та переліку послуг в інших закладах ресторанного господарства оскільки між закладом ресторанного господарства та пасажиром (кінцевим споживачем) немає прямого зв'язку, тому воно укладає угоди з автоперевізником, який надає послуги з перевезення пасажирів. Особливості організації харчування пасажирів автотранспорту залежать від дальності автоперевезень (чим триваліший рейс, тим більше пасажир споживає продукції, різної за асортиментом), а також від типу автотранспорту, його технічних можливостей та оснащення (в дорогу може бути надане харчування як у гарячому, так і холодному вигляді).

Прийом замовлення, виробництво, завантаження продукції, оформлення супровідних документів може здійснюватися за схемою, що застосовується при обслуговуванні пасажирів на борту літаків.

Харчування пасажирів може здійснюватися як під час руху транспорту, так і на зупинках, станціях та автовокзалах. З цією метою автобуси обладнують спеціальними термоапаратами та охолоджувачами, які дозволяють зберігати температуру страв і напоїв у дорозі, а також автомобільними кавоварками тощо.

7.4. Обслуговування пасажирів на водному транспорті

Організація харчування пасажирів водного транспорту залежить від тривалості рейсу, типу і призначення судна (пасажирське або туристське) та має багато спільного з організацією його на інших видах транспорту.

На невеликих річкових і морських суднах передбачають буфети для продажу холодних закусок і напоїв. Реалізація продукції здійснюється у торговому залі переважно на 8-12 місць, або ж у випадку його відсутності через роздавальне вікно, що виходить на закриту частину палуби. У буфетах передбачають підсобне приміщення, яке обладнують холодильною шафою, виробничим столом, мийними ваннами.

На великих пасажирських суднах передбачають один або декілька салонів-ресторанів, бари та буфети. Зал салону-ресторану передбачають на 48-200 місць та обладнують столами, стільцями і сервантами. Всі меблі кріплять

до підлоги. Обслуговування здійснюється офіціантами. У салонах-ресторанах реалізують страви та напої за меню вільного вибору, а для туристів у яких харчування входить у вартість путівки – за меню денного раціону. Додатково приймаються заявки на доставку раціонів харчування до кают.

Забезпечення закладів ресторанного господарства всім необхідним здійснюється згідно за заздалегідь укладеними договорами з постачальниками. Повідомлення про необхідність доставки певної кількості товарів надсилається постачальникам радіограмою або за допомогою телефонного зв'язку у міста, через які проходить маршрут морського транспорту.

При закладах ресторанного господарства передбачено охолоджувані та неохолоджувані складські приміщення, в яких зберігається певний запас товарів. У місцях завантаження товари за допомогою електрокарів доставляються до ліфта, де їх перевантажують і опускають на рівень баржі. Унизу перекладають на візок і транспортують до борту судна. Після цього вантаж спускається до складських приміщень за допомогою вантажопідйомника, який управляється дистанційно та може здійснювати рухи вертикально і горизонтально. Саме тому завантаження товарів може здійснюватися з обох бортів.

Розвантаження підйомника та перенесення товарів до складських приміщень судна здійснюється вручну, тому що через вузькі проходи не можна використати візки. У бар і буфет товар відразу піднімають ліфтом. Приймання товару за кількістю та якістю здійснюють матеріально відповідальні особи.

Виробництво продукції харчування на великих пасажирських суднах здійснюється у заготівельних (м'ясному, рибному, овочевому), доготівельних (гарячому і холодному) та кондитерському цехах. Розміщені вони компактно з дотриманням санітарно-гігієнічних і технологічних вимог. Все обладнання на виробництві кріпиться до підлоги, а високе ще й до стіни. Характерною особливістю є вузькість коридорів (0,9 м), дверей (0,7 м), наявність порогів, призначених для захисту цеху від проникнення води у штормову погоду. За таких умов використання засобів механізації для транспортування продукції неможливе.

Інформаційний зв'язок роздавальні з гарячим цехом забезпечується переговорним пристроєм і світловими сигналами. У гарячому цеху є два ліфти, за допомогою яких готові страви подаються на роздавальню, що знаходиться поверхом вище. З ліфтів ємності з продукцією переставляють на три марміти: для перших, других страв і гарячих напоїв. Для короткотермінового зберігання холодних закусок встановлюють холодильники. На стінах роздавальні (по периметру) розміщені підвісні шафи та серванти для зберігання чистого посуду, хліба, спецій, серветок тощо. Поряд з роздавальнею знаходиться мийна столового посуду, оснащена посудомийною машиною, ваннами для миття посуду, настінними шафами для зберігання посуду. Використаний посуд із залу приносять до тамбура, ставлять на стіл, звільняють від відходів (відходи складають у спеціальний бачок), а потім переносять у мийну столового посуду для санітарної обробки.

Обслуговування пасажирів під час сніданку, обіду, вечері здійснюється

переважно у декілька прийомів. У залі додатково передбачають буфет, оснащений прилавком з вітринами, пристінними вітринами, холодильним обладнанням, невисокими шафами (сервантами), у яких зберігають продукти, паперові серветки тощо. Поверхню (верхню кришку) шафи використовують як кришку столу. Обслуговують споживачів офіціанти, які підпорядковані адміністратору. За його розпорядженням вони надають послуги пасажиром не лише у залі ресторану, бару, а й в каютах, також здійснюють розносну торгівлю.

Перед закінченням круїзу в ресторані проводиться банкет або прощальна вечера. Всі питання, пов'язані з цими заходами, погоджують між собою з одного боку директор ресторану і адміністратор залу та організатор круїзу – з іншого. Цього вечора в буфеті можна купити вино та інші напої, передбачена також певна культурна програма.

Обслуговування споживачів широким асортиментом напоїв і супутніми товарами здійснюють також у барі, який складається із залу та підсобного приміщення. У залі передбачають барну стійку, столи, дивани або крісла, можливо танцювальний майданчик та естраду. У підсобному приміщенні бару передбачають холодильники, льодогенератор, секційні ванни, виробничі столи. У барах реалізують широкий асортимент алкогольних та безалкогольних напоїв, закупних товарів, бутербродів. Обслуговування здійснюється барменом та офіціантами.

Буфет на суднах складається з двох приміщень: підсобного і торгового. У підсобному приміщенні буфету встановлено обладнання для зберігання продукції, миття посуду, виконання деяких виробничих операцій, а саме: холодильник, настінні полиці, виробничий стіл, шафа і двосекційна ванна. У торговому приміщенні передбачають вітрини, на полицях яких знаходиться продукція, що реалізується. У буфетах реалізують переважно кулінарні та кондитерські вироби, напої.

Штат працівників закладів ресторанного господарства на суднах суворо обмежений. Саме тому для нього складається чіткий графік роботи з максимальним ущільненням робочого дня.

Контрольні запитання для перевірки знань:

1. Назвіть основні типи підприємств ресторанного господарства на залізничних вокзалах.
2. Дайте характеристику купе-буфетів, вагонів-ресторанів.
3. Охарактеризуйте матеріально-технічну базу купе-буфетів, вагонів-ресторанів.
4. Назвіть особливості та порядок підготовки до рейсу.
5. Назвіть основні типи закладів ресторанного господарства при аеровокзалах.
6. Назвіть основні функції та перелік послуг, які може надавати підприємство при організації бортового харчування.

7. Назвіть особливості прийняття замовлення на харчування від представників авіакомпаній.
8. Назвіть особливості функціонування цехів бортового харчування.
9. Назвіть організації виробничих процесів в закладі ресторанного господарства, яке обслуговує авіарейси.
10. Охарактеризуйте порядок наземного обслуговування повітряного судна.
11. Назвіть особливості обслуговування пасажирів після зльоту.
12. Назвіть особливості організації харчування та обслуговування пасажирів на автотранспорті.
13. Охарактеризуйте організацію харчування пасажирів на водному транспорті.

Тестові завдання:

- 1 При кількості відпочиваючих (туристів) 400-450 осіб до складу потяга включають**
 - 1) один вагон-ресторан;
 - 2) два вагони-ресторани;
 - 3) три вагони-ресторани.
- 2 Вагон-ресторан складається**
 - 1) з торгової зали, кухні та мийної столового посуду;
 - 2) з торгової зали, кухні та мийної столового і кухонного посуду;
 - 3) з торгової зали, кухні, буфету та мийної столового посуду.
- 3 Місткість торгової зали вагону-ресторану складає**
 - 1) 48 місць;
 - 2) 54 місця;
 - 3) 62 місця.
- 4 Вагон-ресторан самообслуговування має зал**
 - 1) на 24 місця;
 - 2) на 27 місць;
 - 3) на 30 місць.
- 5 Сніданок у вагонах-ресторанах пропонують**
 - 1) з 8.00 до 10.00;
 - 2) з 9.00 до 11.00;
 - 3) з 8.00 до 11.00.
- 6 Кафе-самообслуговування пасажирського вагона має зал**
 - 1) на 20 місць;
 - 2) на 25 місць;
 - 3) на 30 місць.
- 7 При обслуговуванні туристських потягів харчування організують**
 - 1) за меню денного раціону;
 - 2) за меню з вільним вибором страв;
 - 3) за скомплектованим меню.

- 8 Обслуговування пасажирів авіатранспорту харчуванням здійснюється на борту літака при тривалості рейсу**
- 1) понад 1,5 год.;
 - 2) понад 2,5 год.;
 - 3) понад 3,5 год.
- 9 Час обслуговування споживачів у буфеті при аеровокзалах складає**
- 1) 10 хвилин;
 - 2) 15 хвилин;
 - 3) 20 хвилин.
- 10 Буфет на невеликих річкових і морських суднах має торговий зал**
- 1) на 6-10 місць;
 - 2) на 8-10 місць;
 - 3) на 8-12 місць.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Назаренко І. А., Никифоров Р. П., Лохман Н. В. Організація ресторанного господарства (Блок 1) : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. 165 с.
2. Менеджмент ресторанного господарства : навч. посіб. / Яцун Л. М. та ін. Харків : Світ книг, 2019. 486 с.
3. Давидова О. Ю., Усіна А. І., Сегеда І. В. Ресторанний менеджмент : підручник. Харків : ХНУМГ, 2014. 279 с.
4. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / За заг. ред. проф. Н. О. П'ятницької. Київ : КОНДОР, 2012. 557 с.
5. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
6. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посіб. Київ : КОНДОР, 2012. 346 с.
7. Організація виробництва та обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. / За заг. ред. В. А. Антонової. Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. 326 с.
8. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
9. Антонова В. А. Организация обслуживания на предприятиях питания : учебн. пособ. Донецк : ДонГУЭТ, 2005. 158 с.
10. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підручник. Київ : КНТУ, 2005. 632 с.
11. Бондарь К. Л. Бары и рестораны : организация обслуживания. Київ : СВАРОГ, 2017. 320 с.
12. Кононыхин С. В. Организация гостиничного и ресторанного хозяйства : учебн. пособ.. – Донецк : Донецкий институт туристического бизнеса: 2010. 300 с.
13. Браун Грэм, Хепнер Карон. Практическое пособие для официантов / Пер. с англ. Москва : Финансы и статистика, 2006. 272 с.
14. Акопій В. В. Організація і технологія надання послуг. Київ : Академія, 2006. 312 с.
15. Сало Я. М. Організація обслуговування населення на підприємствах харчування. Ресторанна справа : Довідник офіціанта. Львів : Афіша, 2005. 336 с.
16. Литвиненко Т. С. Особливості організації дипломатичних прийомів. Київ : КНТЕУ, 2005. 85 с.
17. Барановский В. А. Справочник официанта-бармена. Ростов-на Дону : Феникс, 2003. 222 с.
18. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих / Зигель С., Ленгер Х., Штиклер Г., Гутмайер В.; пер. с нем. Беаю.О. М. Москва : Центрполиграф, 2007. 288 с.

19. Усов В. В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. Москва : АCADEMIA, 2003. 416 с.
20. Крымская Б. А., Балашов В. В. Справочник официанта. Москва : Экономика, 1986. 192 с.
21. Надежин Н. А., Красильников В. А., Красильников Н. А. Современный ресторан и культура обслуживания. Москва : Экономика, 1980. 128 с.
22. Периодичні видання : «Академия гостеприимства», «Отельер и ресторатор», «Ресторатор».
23. Крупнейший каталог гостиниц и ресторанов Украины : веб-сайт URL: <http://uahotels.com.ua/restaurants.html> (дата звернення 15.04.2020).
24. Рестросфера : веб-сайт URL: <https://restrosphere.com/> (дата звернення 15.04.2020).
25. Ресторатор : веб-сайт URL: <https://new.restorator.ua/> (дата звернення 15.04.2020).

Навчальне видання

Назаренко Ірина Анатоліївна
Боднарук Ольга Анатоліївна

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ
В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Навчальний посібник

Формат 60×84/8. Ум.друк.арк. 8,0.

Донецький національний університет
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкта видавничої
справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.