

В. В. УСОВ

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Допущено

*Министерством образования Российской Федерации
в качестве учебного пособия для образовательных учреждений,
реализующих программы начального профессионального образования*

7-е издание, стереотипное



Москва
Издательский центр «Академия»
2009

УДК 64.024.3/.4(075.32)

ББК 36.99-5я722

У76

Рецензенты:

преподаватель Профессионального училища № 11 г. Брянска *Н. И. Осипова*;
преподаватель Торгово-технологического института (г. Набережные Челны)
О. Г. Строкова

Усов В. В.

У76 Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учеб. пособие для нач. проф. образования / В. В. Усов. — 7-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2009. — 432 с.

ISBN 978-5-7695-6597-7

Рассмотрены характеристики предприятий общественного питания, структура управления ими и их производственная деятельность, состав и назначение торговых и подсобных помещений, виды и назначение столового белья, посуды и приборов, порядок подготовки к обслуживанию, правила сервировки стола и технология обслуживания посетителей при различных ее формах, в том числе и при обслуживании иностранных туристов, организация банкетов, приемов и праздничных вечеров. Приведены правила составления меню, винной и коктейльной карты бара.

В 6-е издание внесены исправления и дополнения, касающиеся изменений в законодательной базе Российской Федерации по вопросам организации системы общественного питания в России по состоянию на 1 января 2008 г.

Для учащихся образовательных учреждений начального профессионального образования. Может быть полезным работникам предприятий общественного питания.

УДК 64.024.3/.4(075.32)

ББК 36.99-5я722

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Усов В. В., 2008

© Образовательно-издательский центр «Академия», 2008

ISBN 978-5-7695-6597-7

© Оформление. Издательский центр «Академия», 2008

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
----------------	---

РАЗДЕЛ I

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Глава 1. Характеристика предприятий общественного питания	6
1.1. Функции предприятий общественного питания	6
1.2. Классификация предприятий общественного питания	8
Глава 2. Организационная структура управления предприятием общественного питания	18
2.1. Управление предприятием общественного питания	18
2.2. Управляющее звено предприятия общественного питания	23
2.3. Характеристики и функции основных категорий обслуживающего персонала	27
2.4. Методы организации труда официантов, графики выхода на работу	40

РАЗДЕЛ II

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Глава 3. Характеристика технологических процессов. Функциональное назначение и структура производственных помещений на предприятиях общественного питания	46
3.1. Характеристика технологических процессов	46
3.2. Функциональное назначение и цеховая структура производственных помещений на предприятиях общественного питания	57
3.2.1. Функциональное назначение производственных помещений	57
3.2.2. Цеховая структура производства	59
3.2.3. Подбор и расстановка оборудования	64
Глава 4. Организация производства на предприятиях общественного питания	68
4.1. Организация производства в заготовочных цехах	68

4.1.1. Овощной цех	68
4.1.2. Мясной (мясо-рыбный) цех	74
4.1.3. Рыбный цех	81
4.2. Организация производства в доготовочных цехах	85
4.2.1. Классификация доготовочных цехов	85
4.2.2. Холодный цех	85
4.2.3. Горячий цех	93
4.3. Организация работы в подсобных помещениях	101
4.3.1. Моечная кухонной посуды, инвентаря и оборудования	101
4.3.2. Моечная столовой посуды и приборов	105
4.3.3. Помещение для нарезания хлеба	107
4.3.4. Раздаточная	108
4.4. Бракераж готовой продукции	112

РАЗДЕЛ III

ХАРАКТЕРИСТИКА ТОРГОВЫХ, АДМИНИСТРАТИВНЫХ И ПОДСОБНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Глава 5. Помещения для обслуживания посетителей	116
5.1. Функциональные зоны	116
5.2. Входная зона	116
5.3. Помещения для обслуживания посетителей	117
5.4. Торговые залы	118
5.5. Бары и буфеты в ресторанах	119
5.6. Мебель в торговых залах	129
Глава 6. Административные, бытовые и подсобные помещения. Складское хозяйство	139
6.1. Административные и бытовые помещения	139
6.2. Сервизная	139
6.3. Помещения для приема, хранения и отпуска товаров	143
6.4. Складское хозяйство	145

РАЗДЕЛ IV

ВИДЫ И НАЗНАЧЕНИЕ СТОЛОВОГО БЕЛЬЯ, СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ И СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ

Глава 7. Столовое белье	160
7.1. Виды столового белья	160
7.2. Скатерти	160
7.3. Салфетки полотняные	170
7.4. Салфетки бумажные	175
7.5. Определение потребности в столовом белье. Учет, хранение столового белья и уход за ним	178

Глава 8. Столовая посуда, столовые приборы и приспособления для подачи и разделывания блюд	182
8.1. Столовая посуда	182
8.1.1. Виды столовой посуды	182
8.1.2. Фарфоровая и фаянсовая посуда	182
8.1.3. Хрустальная и стеклянная посуда	194
8.1.4. Металлическая столовая посуда и сервировочные приборы	210
8.1.5. Керамическая, деревянная и пластмассовая посуда	218
8.2. Столовые приборы	220
8.2.1. Виды столовых приборов	220
8.2.2. Основные столовые приборы	222
8.2.3. Столовые приборы для оригинальных блюд	224
8.3. Приспособления для подачи и разделывания блюд	228
8.4. Сервировочные и столовые приборы и приспособления	230
8.5. Комплектные приборы и столовый инвентарь	231
8.6. Определение потребности в столовой посуде и приборах. Хранение, учет столовых приборов и уход за ними	234

РАЗДЕЛ V

ПОДГОТОВКА К ОБСЛУЖИВАНИЮ И СЕРВИРОВКА СТОЛОВ. ОБСЛУЖИВАНИЕ В ЗАЛЕ РЕСТОРАНА

Глава 9. Подготовка к обслуживанию и сервировка столов	238
9.1. Получение и подготовка столового белья, посуды, приборов к обслуживанию	238
9.2. Накрывание столов скатертями. Приемы складывания скатертей и полотняных салфеток	242
9.3. Общие правила сервировки столов	247
9.4. Предварительная сервировка	251
9.5. Сервировка в стиле фристайл (авторский стиль)	259
9.6. Подготовка персонала к обслуживанию. Проведение инструктажа и пятиминуток	261
Глава 10. Обслуживание в зале ресторана	264
10.1. Технология обслуживания посетителей	264
10.1.1. Формы и методы обслуживания	264
10.1.2. Встреча и размещение посетителей за столами	265
10.1.3. Прием и оформление заказа	266
10.1.4. Досервировка стола в соответствии с заказом	272
10.1.5. Передача заказа на производство и в буфет. Выполнение заказа	275
10.1.6. Расчет с посетителями. Контрольно-кассовые машины и системы, используемые в работе официанта	279
10.2. Техника работы официанта	285
10.2.1. Правила техники обслуживания посетителей	285
10.2.2. Правила работы с фарфоровой и фаянсовой посудой	286
10.2.3. Правила работы с металлической посудой	289

10.2.4. Правила работы со стеклянной посудой	290
10.2.5. Правила работы со столовыми приборами	291
10.2.6. Правила работы с подносом	293
10.3. Подача кулинарной продукции	295
10.3.1. Способы подачи закусок, блюд и напитков	295
10.3.2. Порционная подача блюд (общеевропейский способ)	298
10.3.3. Поддача блюд в стол (русский способ)	299
10.3.4. Поддача блюд в обнос (французский способ)	301
10.3.5. Поддача блюд с предварительным порционированием на подсобном столике (английский способ)	304
10.3.6. Комбинированный и другие способы подачи блюд	311
10.4. Уборка столов и замена использованной посуды и столовых приборов	313
10.5. Подача оригинальных блюд и десертов	317
10.5.1. Фламбирование	317
10.5.2. Приготовление фондю	318
10.5.3. Поддача сыра с помощью сырной тарелки	320
10.6. Подача буфетной продукции и винно-водочных изделий	321
10.6.1. Подача буфетной продукции	321
10.6.2. Подача винно-водочных изделий	324
10.6.3. Подача коллекционных и марочных вин	326
10.6.4. Подача шампанского	328

РАЗДЕЛ VI

МЕНЮ И ВИННАЯ КАРТА: НАЗНАЧЕНИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКА, ДИЖЕСТИВЫ

Глава 11. Составление и оформление меню	330
11.1. Составление меню	330
11.2. Виды меню	335
Глава 12. Винная карта ресторана и коктейльная карта бара. Обязанности сомелье	339
12.1. Составление винной карты	339
12.2. Составление коктейльной карты бара	345
12.3. Предложение коктейлей-дижестивов	348
12.4. Обязанности сомелье	350
12.5. Подбор винно-водочных изделий к блюдам	352

РАЗДЕЛ VII

ОРГАНИЗАЦИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЕ БАНКЕТОВ, ПРИЕМОВ И ПРАЗДНИЧНЫХ ВЕЧЕРОВ. КЕЙТЕРИНГ

Глава 13. Организация банкетов и приемов	358
13.1. Подготовка технологического и сервисного оборудования для банкетов	358
13.2. Виды банкетов. Порядок приема заказов на обслуживание	361
13.2.1. Условия организации банкетов	361

13.2.2. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами	367
13.2.3. Банкет за столом с частичным обслуживанием официантами	384
13.2.4. Банкет-фуршет	388
13.2.5. Банкет-коктейль	402
13.2.6. Банкет-чай	410
13.3. Комбинированные банкеты и приемы	414
13.3.1. Виды комбинированных банкетов	414
13.3.2. Банкет фуршет-кофе	414
13.3.3. Банкет коктейль-фуршет-кофе	415
13.3.4. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами — кофе в гостиной	416
13.4. Банкет по типу шведского стола	417
13.5. Банкет по типу буфет	420
13.6. Кейтеринг как вид обслуживания банкетов, праздничных вечеров и других мероприятий	421
Список литературы	426

Учебное издание

Усов Владимир Васильевич

**Организация производства и обслуживания на предприятиях
общественного питания**

Учебное пособие

7-е издание, стереотипное

Редактор *С. К. Носова*

Технический редактор *Е. Ф. Коржуева*

Компьютерная верстка: *Е. Ю. Матвеева*

Корректоры *Н. В. Савельева, О. И. Лыкова*

Изд. № 107102881. Подписано в печать 21.05.2009. Формат 60×90/16. Гарнитура «Таймс».
Бумага офс. № 1. Печать офсетная. Усл. печ. л. 27,0. Тираж 3 000 экз. Заказ №

Издательский центр «Академия». www.academia-moscow.ru

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 77.99.02.953.Д.004796.07.04 от 20.07.2004.
129085, Москва, пр-т Мира, 101В, стр. 1, а/я 48. Тел./факс: (495)648-0507, 616-0029.

Отпечатано с электронных носителей издательства.

ОАО «Тверской полиграфический комбинат», 170024, г. Тверь, пр-т Ленина, 5.

Телефон: (4822) 44-52-03, 44-50-34. Телефон/факс: (4822) 44-42-15.

Home page - www.tverpk.ru Электронная почта (E-mail) - sales@tverpk.ru

ПРЕДИСЛОВИЕ

Бурные темпы роста сферы общественного питания в нашей стране, смена форм собственности и владельцев предприятий в этой сфере обусловили его возрождение на новом этапе развития.

Существенные изменения в системе общественного питания заключаются в том, что большинство ее предприятий перешли в частную или коллективно-долевою собственность, а некоторые вообще прекратили существование или были перепрофилированы. Основную роль в формировании новой структуры общественного питания сыграл Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» (в настоящее время действует в редакции Федерального закона от 22 августа 2004 г. № 122-ФЗ).

Другой фактор, оказавший влияние на трансформацию сферы общественного питания, — конкуренция между ее предприятиями. В результате повысились уровень профессионализма, качество производимой продукции и предоставляемых услуг. Стали активно внедряться фирменные блюда, приготовленные в лучших традициях русской и зарубежных кухонь.

Значительная часть предприятий общественного питания России находится на уровне, соответствующем европейским стандартам по технологии обслуживания, эстетическому и техническому состоянию, что, естественно, требует и нового отношения к подготовке специалистов в профессиональных учебных заведениях.

В условиях высокой конкуренции на ресторанном рынке, когда предприятия самостоятельно вырабатывают стратегию и тактику своей деятельности на основе маркетинговых исследований, возникла потребность в высококвалифицированных, профессионально подготовленных кадрах. Речь идет прежде всего о поварах, кондитерах и официантах. От их труда зависит успех ресторанного бизнеса. Как показывают результаты социологических исследований, решающими факторами при выборе ресторана у потребителей являются сервис и качество пищи.

Развитие общественного питания не сводится лишь к открытию ресторанов и кафе. Услуги в сфере организации горячего питания необходимы на любом промышленном предприятии — за-

воде, фабрике, шахте, стройке, в каждой школе и учебном заведении. Качество приготовляемой пищи и квалификация обслуживающего персонала здесь не менее важны, чем на корпоративной ресторанной вечеринке. И здесь необходимо внедрять передовые технологии, автоматизировать производственные процессы и совершенствовать организацию труда.

Другое направление развития общественного питания — рост предприятий, расположенных в гостиницах, аэропортах, на железнодорожных вокзалах, теплоходах. Они занимают ведущее место в организации питания туристов, в том числе иностранных. Во всем мире организован автотуризм — путешествия на автобусах или автомобилях с остановками в кемпингах, во время которых туристы питаются в ресторанах, кафе, барах. Получил он распространение и в нашей стране, но дальнейший рост этого вида туризма зависит от правильной и четкой организации работы обслуживающего персонала предприятий общественного питания, расположенных на пути следования путешественников.

При оценке деятельности работников общественного питания учитываются не только санитарное состояние помещений предприятий и уровень механизации основных производственных процессов, но и использование прогрессивных форм и методов обслуживания. Отпуск комплексных обедов, питание по абонементам, по принципу шведского стола и другие методы) обслуживания клиентов так же важны, как и качество пищи, ассортимент кулинарной продукции

Особое место занимает оказание услуг клиентам по специальным заказам (кейтеринг): организация и обслуживание банкетов, торжеств (свадеб, юбилеев) в залах и офисах, на лоне природы, под тентами и т.д.

Уровень обслуживания зависит не только от материально-технической базы ресторана, кафе, столовой и успешного менеджмента, но и от профессионального мастерства тех, кто призван проявлять радушие и гостеприимство, в первую очередь от метрдотелей и официантов, поваров, кондитеров.

Цель изучаемого курса — помочь учащимся овладеть основными понятиями, терминами и определениями в области организации производства — цехов и участков, кооперации труда при обслуживании потребителей, а в конечном счете — улучшить качество профессиональной подготовки, повысить уровень знаний будущих специалистов в этой области.

Особая роль отводится специалистам новой формации — коммерсантам и менеджерам, которые должны овладеть универсальными знаниями в области организации приема гостей, экономических отношений на внутреннем рынке, уверенно ориентироваться в вопросах управления, маркетинга, психологии потребителей.

Данный курс рассматривает деятельность отдельных подразделений предприятий с точки зрения эффективного использования ресурсов каждого из них и предприятия в целом, исследует вопросы специализации производства, организации рабочих мест.

В предлагаемом учебном пособии излагаются теоретические и практические основы организации процесса производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. Подробно освещены такие вопросы, как методы обслуживания, подготовка торговых залов к встрече клиентов, принципы взаимоотношений обслуживающего персонала с посетителями.

Наряду с изложением техники обслуживания приводятся кулинарные характеристики блюд и напитков и способы их подачи, что позволит официанту правильно принять заказ, ответить на вопросы посетителей, порекомендовать то или иное блюдо с учетом их пожеланий и вкусов.

При подготовке учебного материала учитывалось также, что в процессе освоения учебной программы особую трудность для учащихся представляют разделы, связанные с изучением видов столовой посуды и приборов и их назначения, основных правил сервировки стола. В связи с этим значительное место занимает материал, освещающий вышеуказанные разделы учебной программы.

Учебное пособие состоит из семи разделов, в каждом из которых приведены теоретические основы изучаемого материала, рекомендации практического характера, контрольные вопросы для самопроверки.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ
СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ**

Глава 1

**ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ**

1.1. Функции предприятий общественного питания

Предприятие общественного питания — это совокупность входящих в него цехов и производственных участков, помещений для обслуживания потребителей и различного рода вспомогательных служб.

Предприятия общественного питания предназначены для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализации и (или) организации их потребления. Две последние функции, выполняемые предприятиями общественного питания, объединяются понятием «организация обслуживания».

Процесс обслуживания потребителей — это совокупность операций, выполняемых работниками предприятий общественного питания при непосредственном контакте с клиентами — потребителями услуг во время реализации кулинарной продукции и организации досуга.

Процесс обслуживания предполагает проведение таких операций, как хранение кулинарной продукции в местах потребления (ресторан, кафе, столовая и др.), порционирование, комплектация и отпуск потребителю.

При организации обслуживания потребителей ставятся следующие задачи:

удовлетворение потребностей населения в услугах общественного питания по месту работы, учебы, жительства и отдыха;

использование наиболее экономичных для предприятия и удобных для населения форм и методов обслуживания;

выпуск высококачественной кулинарной продукции, а также достижение высокого уровня сервиса и культуры обслуживания в пунктах питания;

применение в работе поваров и кондитеров передовых технологий и новейшей техники.

Как организационно-структурная единица предприятие общественного питания осуществляет производственно-торговую деятельность: вырабатывает и(или) доготавливает, продает и организует потребление продукции собственного производства и купленных товаров.

Основой формирования инфраструктуры общественного питания является достижение многообразия типов и классов предприятий, отвечающих особенностям рыночной экономики. Речь идет прежде всего о развитии общедоступной сети, обеспечивающей питанием рабочих, служащих, студентов, школьников. Массового развития требует общественное питание в зонах комплексного торгового и гостиничного обслуживания, вдоль магистралей, на заправочных станциях, в аэропортах, на вокзалах.

Формирование разветвленной сети предприятий общественного питания, с одной стороны, должно идти по пути все большей унификации их типов (ресторан, бар, кафе, столовая), а с другой — по пути дифференциации этих структур с точки зрения комфортности, качества обслуживания и набора предлагаемых услуг.

Сочетание функций производства, реализации продукции и организации их потребления, характерное для предприятий общественного питания, требует слаженной работы всех звеньев: производства, вспомогательных служб (складского, тарного, транспортного хозяйства), торгового зала, раздаточной. При этом каждым предприятием и всей отраслью в целом решается задача наиболее полно удовлетворить потребности различных групп населения в кулинарной продукции. В зависимости от типа предприятия потребителям может быть предложен различный ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий.

Сложность работы предприятий общественного питания обусловлена тем, что поток потребителей по дням недели и часам торговли в течение одного дня крайне неравномерен. В часы пик, когда в торговом зале находится максимальное число потребителей, задача работников предприятия состоит в том, чтобы обеспечить бесперебойное обслуживание в соответствии со сложившимся спросом. Реализации этой задачи способствует рациональная организация обслуживания путем предоставления целого комплекса услуг:

материальных — реализация блюд и напитков, кондитерских изделий как в торговом зале, так и доставка их в номера гостиниц, на лоно природы по специальному заказу и т.д.;

торговых — предоставление потребителям ориентирующей рекламы (вывешивание перед входом в торговый зал меню, всевозможных световых табло, размещение продукции на раздаточной и в буфетах), а также прием предварительных заказов, устная ин-

формация потребителей о вкусовых особенностях тех или иных блюд и напитков;

культурно-массовых, связанных с удовлетворением эстетических запросов потребителей (музыкальные программы, концерты и др.).

1.2. Классификация предприятий общественного питания

Классификация предприятий общественного питания основана на следующих признаках:

производственно-торговые функции, тип обслуживаемого контингента;

ассортимент реализуемой продукции;

виды и качество услуг для населения, объем и характер услуг;

классность предприятия;

периодичность функционирования в течение года;

степень мобильности предприятия.

По производственно-торговому признаку, т.е. с учетом выполнения функций по производству и реализации кулинарной продукции предприятия общественного питания делятся на заготовочные, доготовочные и предприятия с полным производственным циклом.

Заготовочные предприятия вырабатывают готовые блюда, полуфабрикаты различной степени готовности, кулинарные и кондитерские изделия, которыми снабжают предприятия, непосредственно обслуживающие потребителей. Переработка сырья и выпуск готовой и полуготовой продукции осуществляются промышленными методами. К этой группе заготовочных предприятий относятся фабрики-заготовочные, фабрики-кухни, комбинаты по выпуску полуфабрикатов, специализированные заготовочные, кулинарные и кондитерские цехи.

Доготовочные предприятия не имеют собственного кулинарного производства, т.е. работают только на полуфабрикатах, которые поставляют заготовочные предприятия общественного питания и предприятия пищевой промышленности. Готовая продукция реализуется непосредственно в торговых залах, буфетах и т.д. К таким предприятиям относятся столовые-догоотовочные, столовые-раздаточные, вагоны-рестораны, кафе, предприятия по отпуску готовых блюд на дом, закусовые, буфеты с отпуском горячей пищи, коктейль-холлы, магазины кулинарии и полуфабрикатов.

Предприятия с полным производственным циклом — крупные предприятия общественного питания, перерабатывающие сырье, выпускающие полуфабрикаты и готовую продукцию на собственном технологическом оборудовании и осуществляющие функции об-

служивания потребителей в торговых залах, буфетах, магазинах кулинарии. К таким предприятиям относятся рестораны, кафе, столовые, закусочные и другие предприятия, работающие на сырье и полуфабрикатах. Они характеризуются законченным производственно-торговым циклом.

Тип предприятия общественного питания определяется в зависимости от особенностей обслуживания, ассортимента реализуемой кулинарной продукции и объема предоставляемых потребителям услуг.

В соответствии с ГОСТ Р 50762—95 «Общественное питание. Классификация предприятий» все предприятия подразделяются по характерным признакам на определенные типы. Потребность в типизации предопределяется следующими факторами:

разнохарактерностью спроса на различные виды питания (постоянно действующие и сезонные);

местом функционирования — стационарные и передвижные (вагоны-рестораны, автостоловые, автокафе и т. п.);

спецификой обслуживания населения по месту работы и учебы или во время отдыха, а также специфика обслуживаемого контингента (столовые в санаториях и домах отдыха, студенческие столовые и т. п.);

ассортиментом реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления;

технической оснащенностью (материальной базой, инженерно-техническим оснащением и оборудованием, составом помещений, архитектурно-планировочным решением и т. д.);

методом обслуживания;

квалификацией персонала;

качеством обслуживания (комфортность, этика общения, эстетика и т. д.);

объемом предоставляемых потребителям услуг.

В ГОСТ Р 50762—95 определены следующие основные типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная и др.

Ресторан — предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, а также винно-водочных, табачных и кондитерских изделий, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха. Рестораны могут обслуживать участников съездов, конференций, официальных встреч, семейных торжеств, банкетов, тематических вечеров и т. п.

В ресторане посетителей обслуживают официанты и персонал других категорий (метрдотели, сомелье, швейцары, гардеробщики и т. д.). Процесс обслуживания потребителей сочетается с организацией досуга и развлечений (музыка, танцы, зрелища и т. п.). Ресторан имеет кухню (производственные помещения в виде спе-

специализированных цехов — холодный, горячий, рыбный, мясной, кондитерский), торговый зал для посетителей, подсобные помещения (складское, для хранения посуды и т.д.).

Ресторан может функционировать в качестве самостоятельной организационно-производственной единицы или как составная часть другого заведения (гостиницы, гипермаркета, кинотеатра, парка и т.д.). Ресторан производит и предлагает клиентам питание в целях удовлетворения их гастрономических потребностей.

Рестораны в зависимости от места их расположения, уровня сервиса, комфорта, ассортимента блюд, напитков и других факторов делятся на три класса.

Класс предприятия общественного питания — это совокупность отличительных признаков предприятий определенного типа, характеризующихся качеством предоставляемых услуг, уровнем и условиями обслуживания. Классы предприятий общественного питания — люкс, высший и первый — присваиваются ресторанам и барам. Кафе, столовые и закусочные на классы не подразделяются.

Класс *люкс* присваивается ресторанам и барам, отвечающим таким требованиям, как изысканность интерьеров, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, оригинальный ассортимент заказных и фирменных блюд и изделий, напитков, коктейлей (для баров).

К предприятиям общественного питания класса люкс относятся рестораны и бары, отличающиеся от предприятий других классов уникальным характером объемно-планировочного решения сооружения в целом и помещений для посетителей, в частности, а также максимальным уровнем комфортности. Это относится как к ресторанам и барам с традиционной архитектурой, так и к тематическим ресторанам и барам. Наличие современного инженерного оборудования, выполненные по специальным заказам мебель, посуда, осветительная арматура дополняют архитектурно-художественное оформление, формируют особую атмосферу.

Высший класс присваивается ресторанам и барам, имеющим оригинальные интерьеры, предоставляющим посетителям широкий выбор услуг, условия повышенной комфортности, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд и изделий, набор напитков сложного приготовления (для ресторанов), а также напитков и коктейлей несложного приготовления, в том числе заказных и фирменных (для баров).

Первый класс присваивается ресторанам и барам, предоставляющим посетителям отдых в комфортных условиях и широкий выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий, набор напитков сложного приготовления (для ресторанов), а также напитков и коктейлей несложного приготовления, в том числе заказных и фирменных (для баров).

Кроме классности рестораны и бары классифицируются и по другим признакам: производственно-торговые функции, степень мобильности, тип обслуживаемого контингента, ассортимент реализуемой продукции, специализация и т.д.:

рестораны городские — расположены в городах, предлагают разнообразный набор блюд либо специализируются в предоставлении обедов и(или) ужинов;

рестораны самообслуживания — имеют относительно низкие цены за счет того, что в них не предусмотрено обслуживание официантами посетителей за столиками; обслуживание происходит у стойки и предназначено главным образом для деловых людей, спешащих по служебным делам; эти рестораны имеют специфическую планировку, мебель, интерьер;

рестораны вокзальные — расположены на железнодорожных, автобусных вокзалах и в аэропортах; имеют разнообразное меню, быструю систему обслуживания, круглосуточный режим работы;

вагоны-рестораны — имеются в поездах дальнего следования, часы их работы ограничены;

рестораны на теплоходах — имеют различную классность в зависимости от класса, которым путешествуют пассажиры; работают в определенные часы, в том числе и по методу самообслуживания;

рестораны для автотуристов, не желающих выходить из автомобиля для приема пищи, распространены главным образом в США и расположены возле шоссе или крупных автостоянок; предусмотрена форма обслуживания прямо в машине официантами, которые подкатывают на роликовых коньках; в некоторых заведениях этого типа используются транспортеры для подачи еды;

рестораны в самолетах — это не совсем рестораны, а просто подача еды и напитков на места пассажирам во время полета; разнообразие блюд зависит от принадлежности путешествующих к бизнес-классу и первому классу;

рестораны вегетарианские — в их меню преобладают овощи; мясо и рыба отсутствуют;

рестораны-закусочные — имеют как минимум одно дежурное блюдо, не требующее длительного времени для приготовления; подаются посетителям и напитки;

рестораны выездные — не похожи на рестораны классического типа и предназначены для обслуживания специфических мероприятий: корпоративных обедов, дипломатических приемов, деловых встреч, свадеб, юбилейных вечеров и т.п. вне стен ресторана (эти предприятия называют *кейтеринговыми*).

С точки зрения работы с клиентами все рестораны можно условно разделить на три категории:

рестораны, ориентированные на поток, — расположены на оживленных магистралях или площадях, что обеспечивает непрерыв-

ный поток посетителей, в том числе за счет ориентирующий рекламы;

рестораны, ориентированные на стандарты в обслуживании (сетевые рестораны), — имеют стандартный набор блюд с хорошо знакомыми для каждого посетителя характеристиками, официантов, одетых в униформу, одинаковые подносы и другие атрибуты;

рестораны, ориентированные на постоянных клиентов, — отличительным признаком служит специфическая, присущая только этому ресторану аудитория клиентов; для их удержания используются всевозможные способы поощрения: скидки, дегустации, дисконтные карты, системы бонусов и подарков (например, администрация поздравляет постоянного посетителя с днем рождения и преподносит ему в подарок бутылку вина). Разумеется, главным в работе персонала таких ресторанов являются не подарки, а творческий подход к делу. Любые нестандартные формы привлечения клиентов срабатывают гораздо эффективнее и действительно привлекают и заинтересовывают клиентов.

Малый ресторанный бизнес функционирует на рынке, который в нашей стране принято называть *фаст-фудом* (англ. *fastfood* — быстрая еда), т. е. рынком быстрого обслуживания и качественного питания.

Фаст-фуд — коммерческая структура, обычно развивающаяся на основе *франчайзинга* — предоставления компанией лицензии (франшизы) на производство и продажу определенного вида кулинарной продукции и услуг под товарным знаком (брендом) этой компании. Такое предприятие специализируется на приготовлении стандартных блюд из полуфабрикатов, предназначенных для немедленной продажи через прилавок или автораздачу. Быстрая еда не претендует, как правило, на звание очень вкусной и полезной, это все лишь способ утолить голод: очень хочется есть, а времени на это не хватает.

Бар — специализированное предприятие с барной стойкой, предназначенное для реализации смешанных напитков в широком ассортименте. В баре также реализуются блюда, закуски и кондитерские изделия. Особенностью баров является то, что почти весь процесс приготовления и подачи продукции осуществляется в присутствии посетителей. Назначение бара — предоставить посетителям возможность отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку, посмотреть выступление артистов варьете, видеопередачу.

Бары в зависимости от ассортимента подразделяются на *пивные, винные, коктейль-холлы* и *коктейль-бары* и др. Коктейль-холл отличается от коктейль-бара лишь большей вместимостью зала, а также более разнообразным оборудованием.

Пивные бары наряду с пивом реализуют холодные и горячие закуски, бутерброды, наиболее гармонирующие по вкусу с пи-

вом, сыры, соленую, копченую и вяленую рыбу, хрустящий картофель, сухари из ржаного хлеба, сушки, галеты, маслины, оливки, креветки, яйца фаршированные.

Винные бары чаще всего располагаются при гостиницах, ресторанах, кафе. Назначение баров этого типа — предоставить посетителям возможность принять легкий аперитив. Здесь же можно приобрести канapé и открытые бутерброды, а также тартинки и гренки с различными продуктами. В некоторых барах подают блины с икрой или семгой, жульены, кондитерские изделия.

Винные бары обычно предлагают только вино или слабоалкогольные напитки. Крепкие напитки и коктейли здесь не предлагают. Такой бар обычно является баром-рестораном или снэк-баром и имеет большой выбор горячих и холодных блюд. В некоторых случаях продажа напитков является задачей, подчиненной основному бизнесу, которым служит подача пищи, хотя и в более простом виде, чем в ресторанах.

Коктейль-бары предлагают большой выбор напитков, включая коктейли и миксы. Эти бары имеют в наличии широкий ассортимент различных напитков и предлагают высокий уровень обслуживания. Во многих барах клиентов обслуживают за стойками. В одних барах продают пиво, в том числе и разливное, в других — безалкогольные напитки, такие, как чай или кофе. Персонал работает под началом бар-менеджера или старшего бармена. Барная стойка стационарная.

Бар в ресторане — это тот же коктейль-бар, имеющийся в каждом ресторане высокого класса. Здесь обслуживают не только посетителей, зашедших в коктейль-бар, но и клиентов ресторана, которые пришли пообедать или поужинать. По уровню обслуживания потребителей и размерам наценок пивные и безалкогольные бары относятся к классу люкс или высшему классу. Классность баров, функционирующих в комплексе с ресторанами, должна соответствовать классности предприятия общественного питания, в помещении которого располагается бар.

В небольших заведениях бар наряду с непосредственным обслуживанием клиентов работает так же, как бар-раздача для официантов ресторана.

В зависимости от места расположения (в зданиях ресторанов, кафе, гостиниц, торговых центров), а также проводимых развлекательных мероприятий бары могут быть:

ресторанные — размещаются в торговых залах ресторанов;

бары-аперитивы — размещаются в аванзалах или специальных залах крупных ресторанов и предназначены для встречи гостей или продолжения застольных бесед после официального приема, когда в менее официальной обстановке можно выпить чашечку кофе, продолжить беседу за коктейлем;

банкетные — имеются в банкетных залах некоторых ресторанов;

диско-бары — днем работают как кафе, вечером как бары.

Диско-бары размещаются в отдельно стоящих зданиях либо в полуподвальных помещениях гостиниц. В этих барах проходят вечера отдыха молодежи с выступлением оркестра, певцов, актеров.

Ассортимент реализуемой продукции в диско-барах чаще всего представлен бутербродами, а также кондитерскими изделиями (волованы и корзиночки с различной начинкой, расстегаи, пирожки, соломка и орешки с солью и т.п.), могут быть и горячие закуски. На десерт подают мороженое с различными наполнителями, легкие прохладительные напитки.

Залы диско-баров имеют художественное оформление, танцевальную площадку с цветным паркетом, соответствующее освещение, подсветку. В этих барах для демонстрации слайдов устанавливают большие экраны, а также мощную музыкальную аппаратуру, приборы для создания световых эффектов, телевизоры, видеоманитофоны. Музыкальную программу ведут диск-жокеи;

гриль-бары размещаются как в торговых центрах, так и в качестве самостоятельных предприятий в городских кварталах или зонах массового отдыха, на оживленных магистралях, при ресторанах. В гриль-баре посетитель может получить оригинально приготовленные блюда. Здесь можно быстро перекусить, для чего в ассортимент изделий включают тартинки, сосиски (при их отсутствии сардельки, жаренные на решетке или во фритюре). Наиболее распространенные блюда в барах этого типа — рыба гриль (или жаренная во фритюре), цыплята на вертеле, шашлыки, бифштексы. В качестве гарнира предлагается картофель фри. Реже подаются блюда типа фондю. В гриль-барах блюда готовят непосредственно на глазах у посетителей.

В гриль-барах вокруг барной стойки могут быть установлены либо столики, либо высокие табуреты, если бармен обслуживает посетителей непосредственно за барной стойкой. Но и в том, и в другом случае он работает еще и в качестве повара, поскольку ему приходится готовить блюда из полуфабрикатов;

салат-бары оборудуются специальной стойкой с открытой холодильной витриной, в которой размещены гастроемкости с различными ингредиентами салатов: салат зеленый, огурцы, редис, маслины, оливки, помидоры, крутые яйца и т.д. В отдельной посуде находятся заправки: масло, уксус, горчица, хрен, сметана, майонез, сахарный песок, соль, перец. Потребитель накладывает в индивидуальный салатник еду и заправки в соответствии со своим вкусом. Эти бары представляют собой один из вариантов шведского стола.

По такому же ассортиментному принципу организована и работа *десертных баров*, где в меню кроме соков включают чай, кофе, какао, молоко, морсы, фруктовые салаты, муссы, желе, мороженое, взбитые сливки и другие десерты.

Исходя из специфики обслуживания посетителей бары называются экспресс-барами, снэк-барами, видеобарами, варьете-барами и др.

Экспресс-бары, т. е. бары моментального обслуживания, устраивают в торговых центрах, гостиницах, на вокзалах. Ассортимент изделий соответствует назначению бара: бутерброды, тарталетки, волованы с различными фаршами, разнообразные кондитерские изделия, молочные продукты.

Снэк-бары (закусочные) предназначены для быстрого обслуживания посетителей за стойкой. Меню, как правило, имеет ограниченный ассортимент блюд, чаще всего это рубленые и натуральные бифштексы, лангеты, блюда из птицы, дичи, прохладительные напитки, соки, коктейли, кофе.

К основным типам предприятий общественного питания относятся также кафе, столовые, закусочные.

Кафе — предприятие, специализирующееся в организации питания и отдыха потребителей с предоставлением им ограниченно-го по сравнению с рестораном ассортимента продукции.

Кафе предназначены для производства и реализации фирменных и заказных блюд несложного приготовления в ограниченном ассортименте, а также разнообразных горячих (кофе, чай, какао) и холодных (соки, воды) напитков, кисломолочных продуктов, мучных кондитерских изделий, сладких блюд. В качестве вторых блюд несложного приготовления отпускают яичницы, сосиски, сардельки, блины и блинчики. Из первых блюд, как правило, предлагаются бульоны.

В зависимости от ассортимента реализуемой продукции выделяют кафе-мороженые, кафе-кондитерские (чайные, кофейные) и молочные (творожные, яичные) кафе.

Чайная реализует в широком ассортименте чай и мучные кондитерские изделия. В меню чайных включают вторые блюда из мяса, рыбы, яиц; говядину духовую в горшочке; рыбу, запеченную на сковороде; яичницу натуральную, с колбасой, ветчиной.

Чайный салон — разновидность кафе с широким ассортиментом сортов чая, где могут продаваться кондитерские, булочные и мучные кулинарные изделия.

В чайных и чайных салонах применяется самообслуживание и лишь в отдельных случаях посетителей обслуживают официанты.

В Средней Азии по типу чайных организуют *чайханы*.

Кофейня — специализированное заведение, предлагающее посетителям широкий ассортимент кофейных напитков. В меню включаются наиболее популярные напитки, известные во всем мире (кофе натуральный, кофе капучино, кофе люц, кофе коррето, кофе по-варшавски, кофе по-турецки, кофе эспрессо, кофе латте, кофе глясе и др.). Закуски в кофейне могут быть такими же,