МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут інформаційних технологій та інноваційного підприємництва

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Організація ресторанного господарства

Конспект лекцій (частина 1)

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» та J3 «Туризм та рекреація»
денної і заочної форм навчання

Одеса-2025

УДК 338.48
І-64

Друкується за рішенням НМК ННІІТІП Одеського національного морського університету від 17.09.2025 р., протокол №2.

Укладачі:
Іванов А.М. – канд. екон. наук, доцент кафедри «Туризму та готельно-ресторанної справи», Одеський національний морський університет;
Бориславський І.О. – асистент кафедри «Туризму та готельно-ресторанної справи», Одеський національний морський університет

Рецензенти:
Михайличенко А.І. – д.е.н., професор кафедри туризму та креативних індустрій Державного торговельно-економічного університету;
Лупашко А.Л. – засновник, генеральний директор керівної компанії «Ribas Hotels Group».

Іванов А. М.
І-64 Організація ресторанного господарства: консп. лекцій. Ч. 1. / А. М. Іванов, І. О. Бориславський. Одеса: ОНМУ, 2025. – 64 с.

Конспект лекцій призначений для підготовки до лекційних та практичних занять, а також для самостійного опрацювання матеріалу здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальностями J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» і J3 «Туризм та рекреація», а також – під час перехідного періоду – для здобувачів спеціальності 242 «Туризм і/або рекреація» денної та заочної форм навчання в Одеському національному морському університеті.

УДК 338.48

© Одеський національний морський університет, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП 4

ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС 5

Лекція. Історія розвитку закладів ресторанного господарства 5

Лекція Загальні вимоги до закладів ресторанного господарства основних типів і класів 12

Лекція Характеристика типів закладів ресторанного господарства 16

Лекція Характеристика торговельних приміщень та їх обладнання 28

Лекція Характеристика столового посуду, приборів і столової білизни 31

Лекція Види меню та їх характеристика 38

Лекція Основи раціональної організації праці 42

Лекція Загальна характеристика методів і форм обслуговування 48

Лекція Обслуговування банкетів 50

Лекція Організація кейтерингового обслуговування 55

Лекція Організація обслуговування в ресторанах 58

Лекція Загальна характеристика дизайну закладів ресторанного господарства 58

Лекція Організація постачання. Організація виробництва у закладах ресторанного господарства . 60

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 63

ВСТУП

Ресторанне господарство є невід'ємною частиною галузі гостинності та відіграє важливу роль у розвитку сучасного ринку послуг. Його діяльність не лише забезпечує населення якісним харчуванням, але й створює можливості для відпочинку, проведення ділових зустрічей і святкових заходів, тим самим сприяючи економічному розвитку держави.

Метою вивчення освітнього компоненту «Організація ресторанного господарства» є набуття здобувачами вищої освіти фахових знань, практичних навичок і вмінь, необхідних для ефективного управління підприємствами ресторанного типу. Навчання охоплює питання впровадження сучасних технологій, організації виробничих процесів та сервісу, а також забезпечення високих стандартів якості обслуговування.

Програма вивчення охоплює ключові напрями функціонування закладів ресторанного господарства: класифікацію підприємств, особливості їх організаційної побудови, технологічні процеси, вимоги до санітарії та гігієни, стандарти якості та правила обслуговування гостей. Окрему увагу приділено кейтеринговим послугам і специфіці ресторанного сервісу в умовах туризму та рекреації.

Отримані знання слугуватимуть базою для подальшого професійного становлення, розвитку управлінського мислення і підготовки до практичної діяльності у сфері ресторанного бізнесу.

Цей конспект лекцій призначений для підготовки до лекційних та практичних занять, а також для самостійного опрацювання матеріалу здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальностями J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» і J3 «Туризм та рекреація», а також – під час перехідного періоду – для здобувачів спеціальності 242 «Туризм і/або рекреація» денної та заочної форм навчання в Одеському національному морському університеті.

ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

Лекція. Історія розвитку закладів ресторанного господарства

1. Виникнення перших закладів харчування
2. Місце ресторанного господарства в індустрії гостинності

1. Виникнення перших закладів харчування

Заклади харчування – праобрази сучасних ресторанів, відомі віддавна. Згадки про підприємства харчування – таверни – містять стародавні манускрипти

Дещо пізніше, з розвитком торгівлі, з'явився такий тип підприємств, як постоялі двори. Розвитку закладів харчування сприяло пожвавлення торговельних зв'язків з країнами Близького Сходу та Азії, зокрема, в тих регіонах, територією яких пролягали важливі торговельні шляхи і пересувались каравани. На відпочинок у караван-сараях, відомих з II-I тис. до н. е., зупинялися подорожуючі.

Після падіння Римської імперії 476 р. в розвитку підприємств харчування розпочався новий період.

У XII – XIII ст. постоялі, або гостинні, двори з'являються на території Київської Русі. Вони були призначені для всіх категорій населення і початково мали вигляд прямокутного майдану, обнесеного кам'яними чи дерев'яними приміщеннями, об'єднаними критими галереями.

Ще одним закладом харчування, в якому подавали насамперед алкогольні напої, були кнайпи. Цей аналог кафе або невеликого ресторану набув особливого поширення у Галичині, зокрема, у Львові.

На території Московського царства Іван IV заборонив продавати горілку, а пити її дозволив тільки опричникам і для цього наказав побудувати особливий будинок, який назвали «кабак». Цю назву згодом замінили на «питний будинок».

У XV ст. постоялі двори створювались при «ямах» – поштових станціях, які знаходились одна від одної на відстані кінного переходу. Послуги розміщення та харчування доповнювали послуги перевезення, якими займалася «ямська служба».

У XVI – першій половині XVII ст. одним із торговельних центрів Східної Європи був Київ, який став одним із центрів паломництва, що зумовило потребу у місцях харчування для прочан, до яких в Україні ставилися з особливою повагою.

Науковці, аналізуючи еволюцію індустрії гостинності, виділяють періоди, що в історичному плані відповідають періодам розвитку людського суспільства. Так, П. Пуцентейло дослідив еволюцію індустрії відпочинку за чотирма етапами:

1) стародавнім (IV тис. до н.е. – 476 р. н.е.);

2) середньовіччя (V – XV ст.);

3) нового часу (XVI – початок XX ст.);

4) сучасним.

Науковець вважає 476 рік н.е. (рік падіння Римської імперії) завершенням першого та початком другого етапу розвитку підприємств гостинності.

Мальська М. у еволюції сфери гостинності також виділяє чотири етапи, в назвах етапів науковець відображає особливості процесів, що відбувались у цій сфері:

1) виникнення перших закладів гостинності (IV тис. до н.е. – 512 V ст. н.е.);

2) формування спеціалізованих закладів розміщення (VI–XV ст.);

3) розвиток готельної та ресторанної сфери (XVI – початок XX ст.);

4) сучасний поступ світового готельного господарства.

Нами підтримуються вищевказані наукові підходи щодо виділення чотирьох етапів відповідно до періодів розвитку людського суспільства. В еволюції ресторанного бізнесу нами пропонується виділяти наступні етапи:

1 етап – становлення національних кулінарних традицій та зародження сфери харчування (IV тис. до н.е. – V ст. н.е.);

2 етап – становлення ресторанного бізнесу (VI – XV ст.);

3 етап – організаційний та технологічний розвиток ресторанного бізнесу (XVI – початок XX ст.);

4 етап – сучасний етап розвитку ресторанного бізнесу (XX ст. – до теперішнього часу).

Ключові історичні події **першого етапу** свідчать про те, що становлення національних кулінарних традицій та зародження сфери харчування відбувалось разом із зародженням світової сфери гостинності. Більшість джерел інформації пов'язує початок еволюції розвитку сфери харчування зі згадкою про таверни як перші заклади гостинності приблизно у 1700 р. до н.е. Розширення торговельних зв'язків на Близькому Сході й у Стародавній Греції в 1 тис. до н.е., пов'язані з ними тривалі подорожі, сприяли збільшенню кількості таверн, а також постоялих або заїжджих дворів, які, крім послуг розміщення, надавали й послуги харчування. Важливо відмітити, що вже перші заклади сфери харчування та гостинності відповідали вимогам класової структури суспільства, саме тому формувалась певна ієрархія закладів для надання послуг відвідувачам різних статусів. Високоякісні послуги розміщення та харчування надавались у державних закладах гостинності державним службовцям суворо за умов наявності спеціальної урядової перепустки. Високий рівень сервісу забезпечували й приватні заїжджі двори, що належали багатим землевласникам, гладіаторам. Заїжджі двори і таверни, зорієнтовані на обслуговування широкого кола відвідувачів – купців, ремісників, селян та інших категорій простого люду, пропонували обмежений обсяг послуг, в основному, низької якості. Важливою подією першого етапу вважається перший в історії ланч ділової людини, який запропонував римський трактирник Секвій Локат для організації харчування маклерів на галерних приплавах у 40-і роки до н.е. Цю подію можна вважати основою для становлення кейтерингу в організації харчування певних контингентів споживачів.

Заснування римськими шеф-кухарями у 117–138 рр. н.е. Академії кулінарного мистецтва свідчить про розуміння вже в ті часи необхідності підвищення якості організації харчування і забезпечення професійної підготовки працівників цієї сфери діяльності. У межах першого етапу відмічається зародження української національної кулінарної традиції (IV тис. до н.е. – VII ст. н.е.), визначну роль в якому відігравали основні заняття людей – скотарство та землеробство, спосіб приготування їжі в печах закритого типу, а також сировина, яка використовувалась.

Перші заклади сфери харчування вважались важливим елементом соціального та релігійного життя. На зародження світової сфери харчування впливали розвиток сфери гостинності, релігія, класова структура суспільства, історичні чинники, розвиток торгівлі, подорожей та паломництва.

До важливих надбань **другого етапу** відноситься зародження соціального харчування та харчування малозабезпечених верств населення, що відбувалось у ті часи в релігійних установах. Масовий характер паломництва та його державну підтримку засвідчив едикт імператора Карла Великого, згідно з яким усі монастирі та церкви зобов'язувались утримувати паломників, забезпечувати їм притулок і харчування. Секуляризація монастирів королем Генріхом VIII у період Реформації, після проведення якої ніхто не міг більше розраховувати на безкоштовну зупинку в монастирях, всі змушені були зупинятися у приватних заїжджих (постоялих) дворах або тавернах, позитивно вплинула на розвиток приватних таверн у Англії.

Продовжувала формуватися українська національна кулінарна традиція як за рахунок оптимізації сировини, що використовувалась, за унікальним принципом «всупереч ворогам», так і завдяки використанню нових продуктів харчування, що з'являлись у результаті розширення міждержавних зв'язків України. У межах другого етапу відбувалось становлення світового ресторанного бізнесу, родоначальниками якого вважаються італійці, хоча дискусія з французами за цю першість триває й досі. Приблизно у другій половині XIV ст. центр кулінарного мистецтва перемістився до столиці Франції – Парижу. Завдяки могутній державній підтримці кулінарне мистецтво стало гордістю, візитною карткою Франції у світі. Родоначальниками ресторанного бізнесу на Сході вважаються китайці. Саме в Китаї в XIII ст. у крупних міських центрах почали створюватись заклади харчування з високим рівнем якості продукції та сервісу.

Основу для розвитку ресторанного бізнесу в Україні та Росії створив корчемний промисел. Корчма вважалась єдиним і тому цілком самобутнім давньослов'янським питним закладом. Цей заклад у залежності від часу та місця перебування виконував не тільки громадські, але й загальнодержавні обов'язки. На початку свого існування і до початку XII століття корчма була вільним закладом. Він служив для народу «трибуною», з якої суспільні діячі того часу обговорювали різні справи і заходи. Але, з утратою «вільності», корчма стала, якщо не цілком, то майже державною установою. Корчемний промисел був високоприбутковим. Обкладання вільного корчемного промислу податтю, введення помісного посиленого податку посприяло стрімкому розвитку таємного корчемництва у всіх князівствах Русі.

Розвиток легально працюючого та таємного «питного бізнесу» привів до негативних наслідків у суспільстві – пияцтва, для боротьби з яким влада заборонила вільний продаж алкогольних напоїв. Алкогольні напої дозволялось продавати тільки в «государевих кабаках» – закладах, створених за ініціативою держави. Найкраще місце розташування, велика підтримка влади, висока прибутковість забезпечували цим закладам суттєві переваги у порівнянні з іншими. У межах другого етапу ресторанний бізнес виступав важливим елементом релігійного, соціального, суспільного життя. Значний вплив на становлення ресторанного бізнесу в різних країнах світу чинила державна влада.

Третій етап характеризувався активним розвитком ресторанного бізнесу за двома напрямами: організаційним та технологічним.

Організаційний напрям представляється продовженням формування ієрархій закладів для споживачів різних статусів, що складались з:

1) унікальних закладів для заможних споживачів;

2) кав'ярень як демократичних закладів, які в подальшому спричинили появу різноманітних кафе;

3) таверн для простого люду, які можна вважати прообразами сучасних закладів швидкого харчування.

Організаційний напрям об'єднав своєрідні винаходи з менеджменту та маркетингу, що були успішно впроваджені в ресторанному бізнесі: перші спроби управління аудиторією споживачів, перша концепція виїзного обслуговування; застосування принципів наукової праці під час організації робочих процесів на кухні тощо.

До технологічних винаходів, що позитивно вплинули на розвиток ресторанного бізнесу, відносять винахід високотемпературної стерилізації продуктів, що дозволила їх консервувати (1795 р. Н. Апперт); винахід парових холодильників (кінець XIX ст.); винахід електричного холодильника (1913 р.; 1927 р. – удосконалення); розробку технології глибокої заморозки продуктів харчування (1929 р. К. Бердзай) та ін. Науковці стверджують, що лише впродовж XIX ст. у світовому ресторанному бізнесі з'явилось більше нововведень, ніж за всю його попередню історію. Серед ключових подій третього етапу відмітимо становлення ресторанного бізнесу в США впродовж XVI–XVII ст. під впливом традицій французького, італійського кулінарного мистецтва та організації обслуговування. У XVI столітті за ініціативою держави на Русі з'явився новий тип закладу харчування – шинок, який, маючи вагому урядову підтримку, переміг у конкурентній боротьбі корчму. Науковці вважають, що активне формування загальних та регіональних рис національної української кухні розпочалось у XVII ст. під впливом процесу об'єднання українських земель (XVII – XIX ст.), що раніше належали Польщі, Литві, Угорщині, Румунії. У Росії відбувалось постійне розширення та затвердження у чисельних положеннях про трактирні заклади (1835 р.; 1861 р.; 1893 р.) нових типів підприємств. Поняття ресторану як окремого закладу високого класу було оформлено юридично лише в 1894 р. З цього часу в російському ресторанному бізнесі було введено ресторанні розряди. На початку XX ст. Росія почала знову перетворюватись у «чайну державу». Для «чайних закладів» державою були запропоновані особливі умови функціонування: мінімальна орендна плата та дуже низька ставка податку, завдяки яким цей тип закладу швидко розповсюдився. Історичні довідки свідчать, що ресторанний бізнес Росії

середини XIX – початку XX ст., разом з готельним, був одним із найпрестижніших та найприбутковіших. Соціально-культурна значущість цього сектору економіки визнавалась як урядом, так і суспільством. У результаті гігантська дореволюційна індустрія гостинності формувала до 15% бюджету Росії. Необхідно відмітити, що на початку XX століття на розвиток ресторанного бізнесу негативно вплинули події та наслідки Першої Світової війни (1914-1918 рр.), Великої Жовтневої соціалістичної революції (1917 р.). Протягом третього етапу ресторанний бізнес продемонстрував соціальну, культурну та економічну ролі в суспільстві. Активному розвитку бізнесу сприяли науково-технічний прогрес, успішне впровадження інструментів менеджменту та маркетингу, розширення міждержавних зв'язків. Негативний вплив чинили вищезазначені історичні події.

У межах **четвертого етапу** становлення та розвитку ресторанного бізнесу, на наш погляд, доцільно виділити періоди з різними часовими проміжками для світового та національного ресторанного бізнесу.

Так, для світового бізнесу період від початку 20-х років до кінця 50-х років XX ст. можна визначити як період повільного розвитку;

Для українського та російського ресторанного бізнесу часовий проміжок від початку 20-х років до кінця 80-х років XX ст. – як період кардинальних змін, що характеризувався реорганізацією ресторанного бізнесу в громадське харчування. Негативний вплив на розвиток світового та національного ресторанного бізнесу вчинили події та наслідки Другої Світової війни (1939–1945 рр.). Щодо розвитку світового ресторанного бізнесу в 20-50-ті роки певне лідерство належало США, де відкривались нові напрями, що відповідали новому більш динамічному стилю життя (мережі бургерних закусочних, придорожні закусочні, нова форма обслуговування «Драйв-ін», спеціалізація закладів, перші заклади в американському стилі тощо).

Для українського та російського ресторанного бізнесу період від 20-х до 80-х років був одним із найскладніших. Вищезазначені історичні події зумовили кардинальні організаційні зміни в українському та російському ресторанному бізнесі. Відповідно до перших декретів радянської влади ресторанний бізнес був віднесений до торгівлі; підприємства ресторанного бізнесу були націоналізовані, унікальна кулінарна традиція визнана «антиреволюційною», «буржуазною» та «антирадянською». Реорганізація ресторанного бізнесу в громадське харчування заклало основи гігантського відставання цього сектору економіки у порівнянні з іншими країнами світу. Однією із найскладніших проблем, що мала довгостроковий характер, була втрата висококваліфікованого персоналу – рестораторів із професійними знаннями, напрацюваннями, брендами, гастрономічними традиціями тощо. Після жовтневих подій 1917 р. на території колишнього СРСР відбувалась масова трансформація ресторанів і трактирів у громадські їдальні.

Таким чином започатковувалось створення радянської мережі громадського харчування. Лише окремі елементи ресторанного бізнесу спостерігались у ресторанах і кафе, що належали до загальнодоступної мережі. За позицією вітчизняних науковців, за часи існування СРСР відбулась уніфікація української кухні за рахунок розробки та реалізації стандартів; все різноманіття української кухні було зведено до мінімального набору страв. З 60-х років XX ст. розвиток світового ресторанного бізнесу перейшов до нової якості.

Післявоєнна зміна світоустрою, значний економічний підйом у більшості держав, лібералізація міждержавних зв'язків та глобалізація світової економіки відкрили для ресторанного бізнесу практично необмежені можливості якісного та кількісного зростання. Ділові поїздки отримали широкомасштабний характер і стали нормою ведення бізнесу, а туризм став масовим та трансконтинентальним. 70-ті роки XX ст. називають періодом розквіту закладів швидкого обслуговування та мережевих структур у світовому ресторанному бізнесі. Період якісного та кількісного розвитку національного ресторанного бізнесу розпочався з 90 років XX ст.

Окремі науковці вважають цей період «новим народженням» українського ресторанного бізнесу. Більшість фахівців вважає, що ресторанний бізнес в Україні все ще

перебуває на стадії зародження. Роздержавлення та приватизація, комерціалізація розпочали процеси ринкових перетворень, сприяли становленню ресторанного бізнесу в Україні, під час якого відбувались та продовжують відбуватись кардинальні зміни, що характеризуються змінами форм власності з державної та колективної на приватну, можливістю обрання різних організаційно-правових форм господарювання, формуванням нової мережі закладів фізичних осіб – підприємців та зміною співвідношення з мережею підприємств – юридичних осіб, суттєвими змінами часток загальнодоступної та закритої мереж, змінами в структурі мережі за типами закладів, формуванням мережевих та немережевих загальнодоступних підприємств тощо (рис. 1.).

Серед сучасних тенденцій ресторанного бізнесу вітчизняні ресторатори виділяють:

– залежність розвитку високого та середнього цінових сегментів від рівня розвитку крупного, середнього та малого бізнесу;

– залежність розвитку середнього та низького цінових сегментів від формування середнього класу;

– залежність розвитку підприємств різних типів від рівня добробуту населення та традицій харчування поза домом; демократизацію ресторанного бізнесу;

– трактування рівня розвитку середньоцінових закладів як показника економічного розвитку та цивілізованості суспільства.

На розвиток ресторанного бізнесу в світі та в Україні негативно впливають кризові явища економічного та політичного характеру. Так, протягом четвертого етапу (другої половини) становлення та розвитку ресторанний бізнес став важливим елементом соціального, економічного, політичного, культурного життя.

Отже, ресторанний бізнес пройшов чотири складних етапи становлення та розвитку.

Соціально-економічне значення ресторанного господарства заключається у наступному:

– резерв економії суспільної праці;

– раціональне використання продовольчих ресурсів;

– організація харчування населення на основі наукових розробок;

– один з шляхів економії часу;

– вивчення іноземної культури через споживання страв іноземної кухні етнічних закладів;

– набуття навичок основних правил етикету за столом.

Особливості ресторанного господарства:

– невелика місткість закладів ресторанного господарства;

– різноманітність контингенту споживачів;

– продукція ресторанного господарства має короткий термін реалізації;

– заклади різних типів мають різне призначення;

– низький рівень автоматизації виробничих процесів порівняно з іншими галузями;

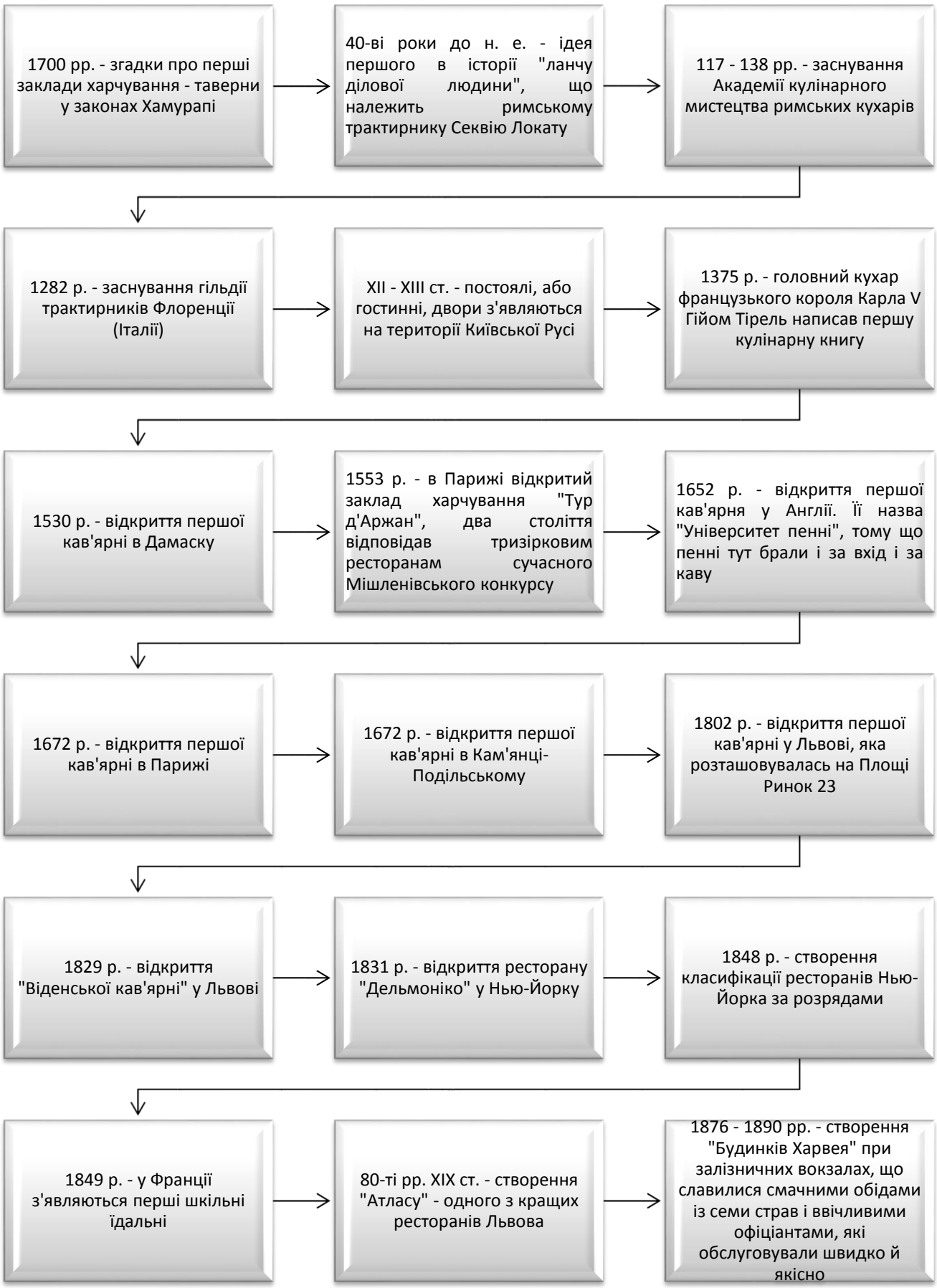
– невелика зайнятість працівників у одному закладі.

Найважливіша мета в ресторанному бізнесі:

– задоволення потреб гостей;

– збільшення прибутку.

Успіх ресторанної справи визначається здатністю задовольняти та передбачати потреби та очікування гостей.


1700 рр. - згадки про перші заклади харчування - таверни у законах Хамурапі
40-ві роки до н. е. - ідея першого в історії "ланчу ділової людини", що належить римському трактирнику Секвію Локату
117 - 138 рр. - заснування Академії кулінарного мистецтва римських кухарів
1282 р. - заснування гільдії трактирників Флоренції (Італії)
XII - XIII ст. - постоялі, або гостинні, двори з'являються на території Київської Русі
1375 р. - головний кухар французького короля Карла V Гійом Тірель написав першу кулінарну книгу
1530 р. - відкриття першої кав'ярні в Дамаску
1553 р. - в Парижі відкритий заклад харчування "Тур д'Аржан", два століття відповідав тризірковим ресторанам сучасного Мішленівського конкурсу
1652 р. - відкриття першої кав'ярня у Англії. Її назва "Університет пенні", тому що пенні тут брали і за вхід і за каву
1672 р. - відкриття першої кав'ярні в Парижі
1672 р. - відкриття першої кав'ярні в Кам'янці-Подільському
1802 р. - відкриття першої кав'ярні у Львові, яка розташовувалась на Площі Ринок 23
1829 р. - відкриття "Віденської кав'ярні" у Львові
1831 р. - відкриття ресторану "Дельмоніко" у Нью-Йорку
1848 р. - створення класифікації ресторанів Нью-Йорка за розрядами
1849 р. - у Франції з'являються перші шкільні їдальні
80-ті рр. XIX ст. - створення "Атласу" - одного з кращих ресторанів Львова
1876 - 1890 рр. - створення "Будинків Харвея" при залізничних вокзалах, що славилися смачними обідами із семи страв і ввічливими офіціантами, які обслуговували швидко й якісно

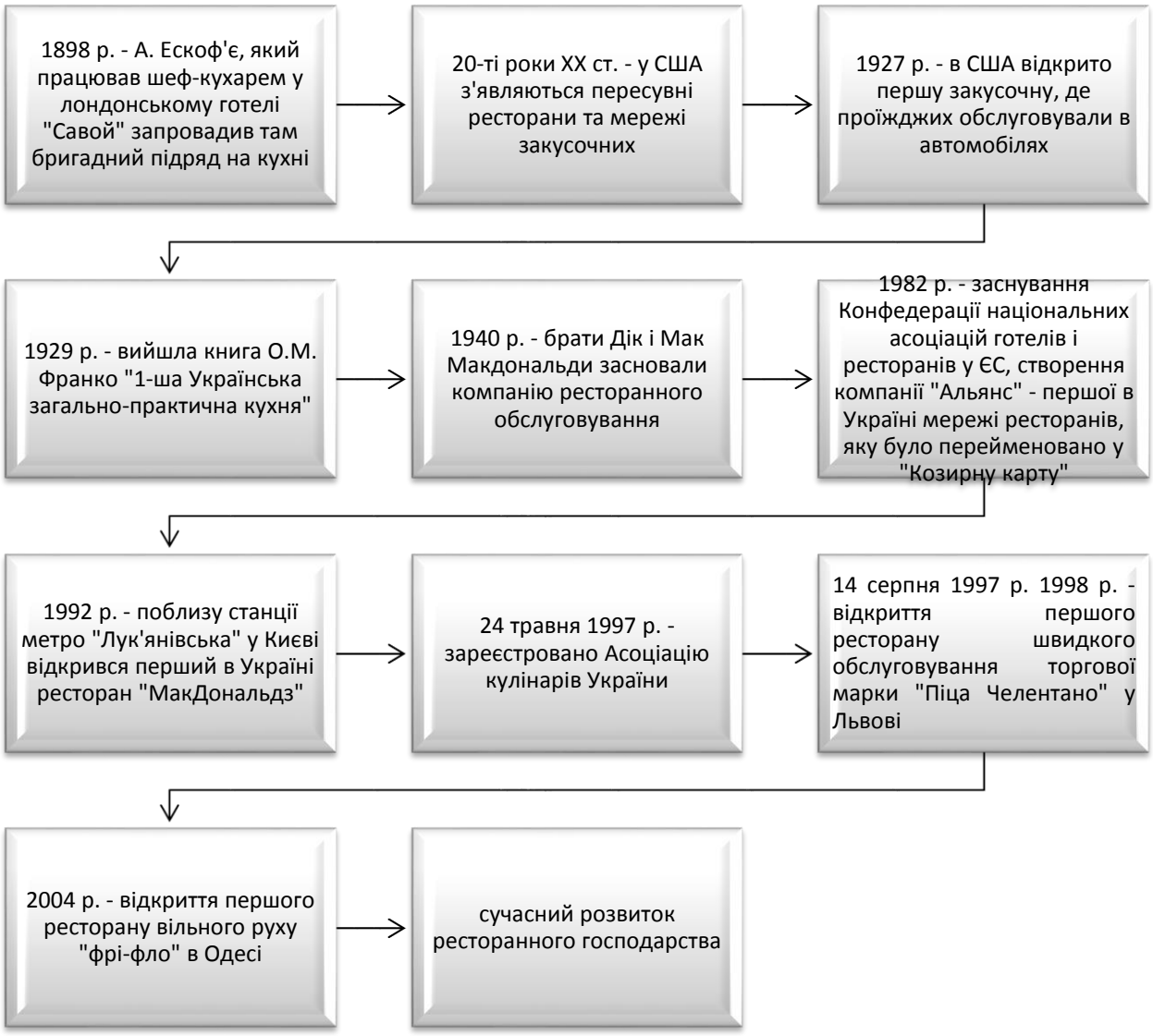


Рис. 1. Історія світової ресторанної справи.
Джерело: власна розробка авторів.

2. Місце ресторанного господарства в індустрії гостинності

Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – в наш час забезпечується такими видами економічної діяльності, як готельне і ресторанне господарство. Термін «гостинність» у науковий обіг запровадили експерти Конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів в Європейському Економічному співтоваристві, створеної у 1982 р.

Гостинність – комплекс послуг з визначеними споживчими властивостями, що створює позитивний образ підприємства та пожвавлює попит на послуги. Сукупність умов гостинності в єдиному технологічному процесі потребує постійної координації та орієнтації на взаємовідносини в системі «гість – послуга – середовище гостинності».

Середовище гостинності багато в чому визначається зовнішніми чинниками та взаємодією особливих чинників. Взаємодія цих чинників спрямована на забезпечення попиту на продукцію середовища гостинності.

Отже, гостинність – це процес прийняття та обслуговування гостей. Цей процес, у широкому соціально-економічному значенні, є складовою туризму, що визначається як сукупність відносин, зв'язків і явищ, які виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, не пов'язаних з їхнім постійним проживанням чи трудовою діяльністю.

Вагомою складовою індустрії гостинності є ресторанне господарство. Це сучасний бізнес, що швидко розвивається і набуває різних форм.

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності з надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього.

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

Головною ланкою системи обслуговування харчування туристів є підприємства ресторанного господарства.

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

Ресторанне господарство характеризується загальними ознаками, в основу яких покладено задоволення потреб людини у споживанні їжі та напоїв.

Однією з визначальних засад діяльності ресторанного господарства, як і всієї підприємницької сфери, є досягнення високих результатів за найменших витрат матеріальних і трудових ресурсів.

У структурі мережі закладів ресторанного господарства найвагомішою є частка кафе, закусочних, буфетів, що пояснюється стійким попитом споживачів на продукцію і послуги цих підприємств: частка їдальнь перевищує 20%, барів – становить16%, інших закладів ресторанного господарства – 7%.

Лекція Загальні вимоги до закладів ресторанного господарства основних типів і класів

1.Основні правила роботи закладів ресторанного господарства.

2. Особливості послуг закладів ресторанного господарства

3. Загальні вимоги до послуг та обслуговування

1. Основні правила роботи закладів ресторанного господарства

Підприємства ресторанного господарства здійснюють свою діяльність відповідно до Правил роботи, які сформульовано на основі законодавчих актів, діючих в Україні, та закону «Про захист прав споживачів». У своїй діяльності підприємства ресторанного господарства керуються актами законодавства України, якими регулюється діяльність у сфері ресторанного господарства.

Заклади (підприємства) ресторанного господарства мають право здійснювати свою діяльність тільки після їх державної реєстрації. Роздрібна торгівля алкогольними напоями і тютюновими виробами в закладах (підприємствах) ресторанного господарства може здійснюватися суб'єктами господарської діяльності лише за наявності відповідних ліцензій.

Заклади (підприємства) ресторанного господарства поділяються за типами, а ресторани та бари – також на класи.

Вибір типу закладу (підприємства) ресторанного господарства та класу ресторану або бару здійснюється суб'єктом господарської діяльності самостійно. Заклади (підприємства) ресторанного господарства згідно з обраним 23 типом (класом) повинні мати необхідні складські, виробничі, торговельні, побутові, адміністративні та інженерні приміщення, а також обладнання для приготування та продажу продукції.

Вимоги, що пред'являються до груп приміщень закладів (підприємств) ресторанного

господарства, обладнання, інвентарю, переліку послуг, технологічних режимів виробництва продукції, встановлюються законодавством України.

Відкриття закладу (підприємства) ресторанного господарства узгоджується з органами місцевого самоврядування, установами державної санітарно-епідеміологічної служби в установленому законодавством порядку.

На фасаді приміщення закладу (підприємства) ресторанного господарства має бути розміщена вивіска, на якій зазначаються тип та клас закладу, назва, найменування суб'єкта господарської діяльності та режим роботи.

Режим роботи закладу ресторанного господарства встановлюється суб'єктом господарювання самостійно. Іноді режим роботи закладу ресторанного господарства (у випадках, передбачених законодавством) установлюється за погодженням з органами місцевого самоврядування.

Для закладу ресторанного господарства, який обслуговує споживачів на підприємствах, в установах та організаціях, режим роботи встановлюється суб'єктом господарювання за домовленістю з їх адміністрацією.

Обов'язково повинен забезпечуватися належний санітарний стан виробничих, торговельних і складських приміщень.

У закладах (підприємствах) ресторанного господарства повинні використовуватися мийні і дезінфікувальні засоби, що дозволені Міністерством охорони здоров'я України, згідно з інструкцією, затвердженою в установленому порядку.

Засоби вимірювальної техніки мають бути у справному стані, мати чіткий відбиток перевірочного тавра, проходити перевірку в установленому законодавством порядку.

Працівники, які займаються виробництвом, зберіганням, а також продажем харчових продуктів і продовольчої сировини, зобов'язані мати професійну спеціальну освіту /підготовку/.

Працівники закладів ресторанного господарства обов'язково повинні проходити медичне обстеження в установленому законодавством порядку, результати якого відображаються в їх особових медичних книжках.

Суб'єкти господарської діяльності зобов'язані мати Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, Санітарні правила, санітарний журнал, особові медичні книжки працівників, журнали реєстрації вступного інструктажу з питань охорони праці та реєстрації інструктажів з питань охорони праці, книгу відгуків та пропозицій, журнал реєстрації перевірок.

Правилами роботи загальнодоступних підприємств харчування перерви не передбачаються, але при тривалості роботи залу підприємства більше 10 годин допускається встановлювати перерву для прибирання торгових приміщень тривалістю не більше 1-ї години.

У ресторанах, які реалізують експрес-обіди також допускається встановлення перерви для підготовки залу до обслуговування споживачів у вечірній час. Вхід до закладів ресторанного господарства рекомендується припиняти за деякий час до закінчення роботи залу, що обумовлено процесом виробництва продукції та рівнем обслуговування споживачів (до ресторану за 30 хв., до ПШО – за 5 хв., до інших підприємств харчування – за 15 хв.). Методи та форми обслуговування споживачів, методи подачі страв визначаються для кожного підприємства виходячи з мінімальних вимог до визначеного типу та класу підприємства.

На підприємствах ресторанного господарства передбачаються різні способи розрахунку за харчування: попередня оплата, сплата після добору страв, оплата після прийому їжі, саморозрахунок. Форми розрахунку визначаються в залежності від методу обслуговування, специфіки контингенту, що обслуговується, типу підприємства, його спеціалізації. На підприємствах, які обслуговують постійний контингент, може використовуватися розрахунок за індивідуальними або груповими абонементами. На підприємствах харчування споживачам пропонуються різноманітні послуги, перелік та вартість послуг повинні зазначатися в прейскуранті. Можливість ознайомитися з меню, прейскурантом та додатковими умовами обслуговування повинна бути надана як в залі

підприємства ресторанного господарства, так і поза ним.

У залі підприємства ресторанного господарства споживач обов'язково інформується про вартість страв та виробів, ємності алкогольних напоїв, вартість всієї ємності або визначеної порції. В їдальнях, де обслуговують постійний контингент, крім вартості вказується вихід продукції, а в дієтичних їдальнях – номер дієти та калорійність. Підприємства ресторанного господарства незалежно від форми власності повинні надавати споживачам прилади для перевірки ваги реалізованої кулінарної продукції, документи на право виробництва та реалізації зазначеної продукції, сертифікат якості на сировину та послуги.

2. Особливості послуг закладів ресторанного господарства

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, що за своїм змістом поділяються на такі:

– послуги харчування;

– послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;

– послуги з реалізації продукції;

– послуги з організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);

– послуги з організації дозвілля;

– інформаційно-консультативні послуги;

– інші послуги.

У процесі обслуговування заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс послуг, перелік яких залежить від типу і класу закладу. Послуги повинні мати соціальну адресність, тобто відповідати вимогам певного контингенту споживачів. Необхідно також враховувати вимоги ергономічності, тобто відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним і фізіологічним вимогам споживання. Дотримання вимог ергономічності підвищує комфортність обслуговування, зміцнює здоров'я і працездатність споживача.

Не менш важливою є естетичність послуг, що забезпечується гармонійністю архітектурно-планувального і колористичного вирішення приміщень, а також умовами обслуговування, у тому числі зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, сервіруванням столу, оформленням і подаванням страв.

Поінформованість передбачає повне, достовірне та своєчасне інформування споживача про послуги, зокрема про харчову та енергетичну цінність кулінарної продукції, що допомагає йому, з урахуванням свого віку та стану здоров'я, правильно підібрати меню.

Послуги закладів ресторанного господарства та умови їх надання мають бути безпечними для життя і здоров'я споживачів, забезпечувати збереження їхнього майна та охорону навколишнього середовища. Умови надання послуг повинні відповідати вимогам чинних нормативних актів за рівнями шуму, вібрації, освітлення, станом мікроклімату, архітектурно-планувальним і конструктивним рішенням, безпекою. Екологічна безпека залежить від стану навколишнього середовища і території, технічної справності, вентиляції, водозабезпечення, каналізації тощо, а також дотримання державних стандартів системи безпеки праці. Виробничий та обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку щодо дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни на виробництві, при зберіганні, реалізації та організації споживання кулінарної продукції.

3. Загальні вимоги до послуг та обслуговування

Послуги громадського харчування, що забезпечують задоволення потреб і гармонізацію інтересів споживачів і підприємств (підприємців), що надають ці послуги, повинні відповідати вимогам:

– відповідності цільовому призначенню;

– точності і своєчасності надання;

– безпеки і екологічності;

– ергономічності і комфортності (характеризує відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним, фізіологічним можливостям споживання. Дотримання

вимог ергономічності забезпечує комфортність обслуговування і сприяє збереженню здоров'я і працездатності споживача);

– естетичності;

– культури обслуговування;

– соціальної адресності (повинна вимогам певного контингенту споживачів відповідно до типу підприємства);

– інформативності (повне, достовірне і своєчасне інформування споживача про послугу, що надається. Своєчасна і достовірна інформація про харчову і енергетичну цінність кулінарної продукції дозволяє споживачеві правильно, з урахуванням вікових особливостей і стану здоров'я, вибрати необхідну страву і кулінарний виріб. Вимога інформативності припускає використання різноманітних видів реклами.).

Послуги з організації і обслуговування урочистостей, сімейних обідів і ритуальних заходів на підприємствах всіх типів повинні надаватися висококваліфікованим виробничим і обслуговуючим персоналом в умовах підвищеної комфортності і матеріально-технічного оснащення.

Вимоги до закладів ресторанного господарства зазначені Національними стандартами.

ДСТУ 4281-20004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

Вимоги до закладів ресторанного господарства поділяються ***на загальні та відмінні для закладів певного типу і класу***.

До ***загальних вимог*** відносять наступні:

– у закладах ресторанного господарства всіх типів і класів повинні забезпечуватися безпека життя і здоров'я споживачів та збереження їхніх речей, виконання санітарних вимог та технічних норм і правил, чинних ДСТУ, ГОСТів (ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.010 та ГОСТ 12.1.019.), ТУ, збірників рецептур страв, кулінарних і кондитерських виробів, наказів про порядок розробки та затвердження технологічної документації на фірмові страви, кулінарні та борошняні кондитерські вироби;

– в усіх закладах ресторанного господарства рекомендується передбачати умови для можливості пересування інвалідів на візках;

– заклади ресторанного господарства повинні мати необхідні, відповідно до свого типу, виробничі, торговельні та побутові приміщення, (згідно з СанПіН № 42-123-4117, СанПиН № 42-123-5777, ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.019 та ГОСТ 17.2.3.02.) а також устаткування для приготування та продажу їжі, що відповідають екологічним та санітарно-гігієнічним нормам, правилам техніки безпеки та протипожежним вимогам;

– склад і площі приміщень закладів повинні відповідати будівельним нормам і санітарно-технічним вимогам до сфери ресторанного господарства приміщень,

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

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

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

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

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

– інформація про тип і клас закладу, режим його роботи повинна бути розміщена на фасаді приміщення.

Відмінні вимоги до закладів ресторанного господарства визначені у таких основних характеристиках:

– місцезнаходження закладу і стану прилеглої території;

– вид, тип та особливості будівлі

– комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення

– оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими наборами, білизною

– процес обслуговування;

– асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, прейскуранта і карти вин;

– кваліфікація персоналу;

– номенклатура додаткових послуг.

Лекція Характеристика типів закладів ресторанного господарства

1. Послуги закладів ресторанного господарства та вимоги до них.
2. Класифікація закладів ресторанного господарства.
3. Типи закладів ресторанного господарства

1. Послуги закладів ресторанного господарства та вимоги до них

Підприємства ресторанного господарства виконують три взаємопов'язані функції:

– виробництво кулінарної продукції;

– реалізація;

– організація її споживання.

Відповідно до ГОСТ 30523-97 «Послуги громадського харчування. Загальні вимоги» послуга громадського харчування – це результат діяльності підприємств і громадян-підприємців по задоволенню потреб споживача в харчуванні та проведенні дозвілля.

Процес обслуговування є сукупністю операцій, які здійснюються виконавцем при безпосередньому контакті зі споживачем послуг при реалізації кулінарної продукції та організації дозвілля.

Якість послуг повинна задовольняти встановленим або передбачуваним потребам споживачів.

Послуги закладів ресторанного господарства мають відповідати вимогам безпеки і екологічності, цільовому призначенню і надаватися за умов, які відповідають вимогам діючих нормативних документів. У процесі обслуговування споживачів комплекс послуг повинен відповідати типу підприємства і його класу. При їх наданні має враховуватися вимога ергономічності, тобто відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним та фізіологічним потребам споживачів. А дотримання цих вимог забезпечує комфортність обслуговування.

Послуга, що надається, повинна відповідати вимогам естетичності. Естетичність характеризується гармонійністю архітектурно-планувального вирішення приміщень підприємства, а також умовами обслуговування, зокрема зовнішнім виглядом персоналу, сервіровкою столу, оформленням і подачею кулінарної продукції. Споживач має отримувати повне, достовірне і своєчасне інформування про послугу, що надається.

Основна послуга закладів ресторанного господарства – послуга харчування – складається з послуг виготовлення кулінарної продукції та створення умов для її реалізації і споживання відповідно до типу і класу закладу.

Послуга харчування ресторану – це послуги з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв і виробів складного приготування з різних видів сировини, вино-горілчаних виробів та інших товарів, а послуга харчування закусочною є послугою з виготовлення, реалізації та споживання обмеженого асортименту страв нескладного приготування для швидкого обслуговування споживачів.

2. **Класифікація закладів ресторанного господарства**

Класифікація закладів ресторанного господарства (згідно стандарту України ДСТУ 4281:2004) базується на комплексі вимог до асортименту продукції, рівня обслуговування і послуг, які надаються. Заклади ресторанного господарства класифікують за різними ознаками

(рис. 2-11).

Рис. 2. Класифікація ЗРГ за торговельною ознакою
Джерело: складено автором на основі [].

Рис. 3. Класифікація ЗРГ за виробничою ознакою.
Джерело: складено авторами.

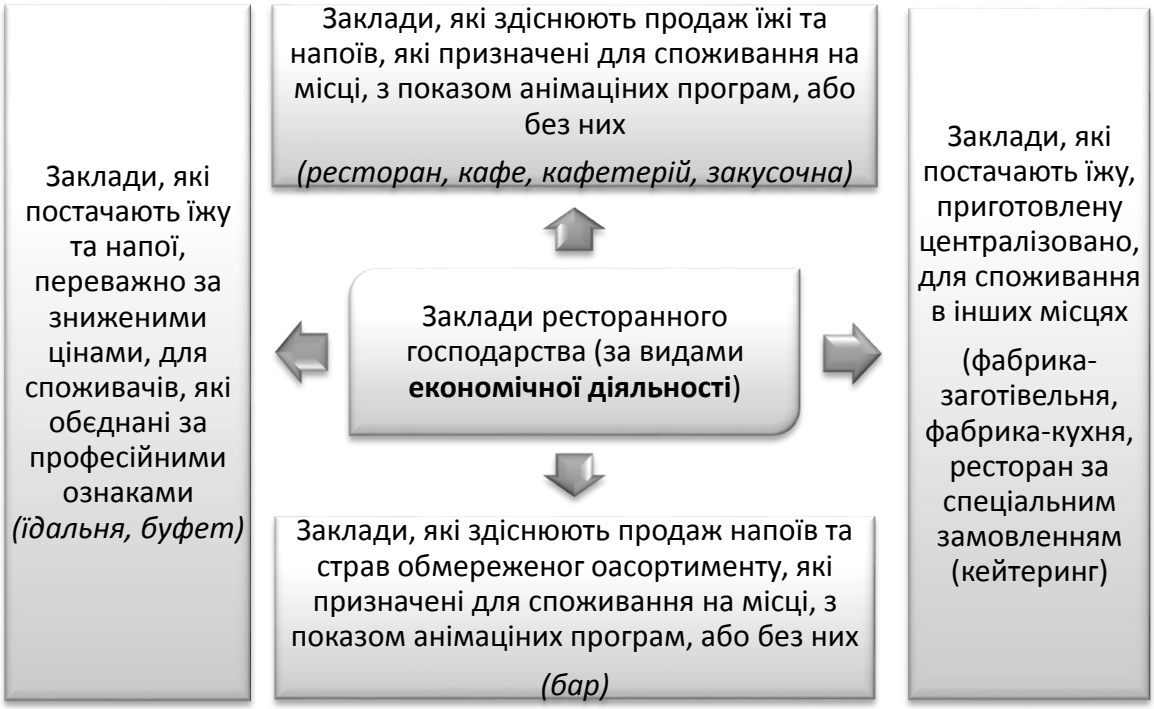


Рис. 4. Класифікація ЗРГ за видами економічної діяльності.
Джерело: складено авторами.

Рис. 5. Класифікація ЗРГ за ознакою комплексу продукції і послуг.
Джерело: складено авторами.

Рис. 6. Класифікація ЗРГ за характером контингенту.
Джерело: складено авторами.

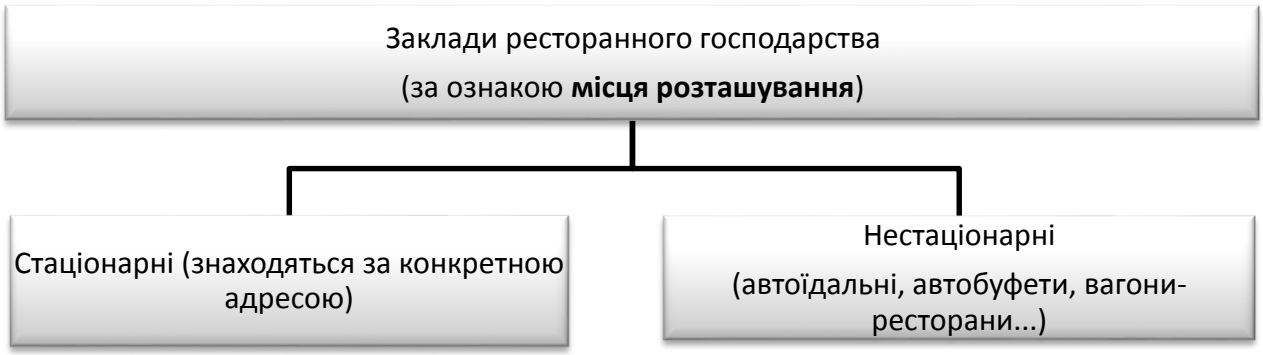


Рис. 7. Класифікація ЗРГ за місцем розташування.
Джерело: складено автором на основі [].

Рис. 8. Класифікація ЗРГ залежно від часу функціонування або за сезонністю.
Джерело: складено авторами.

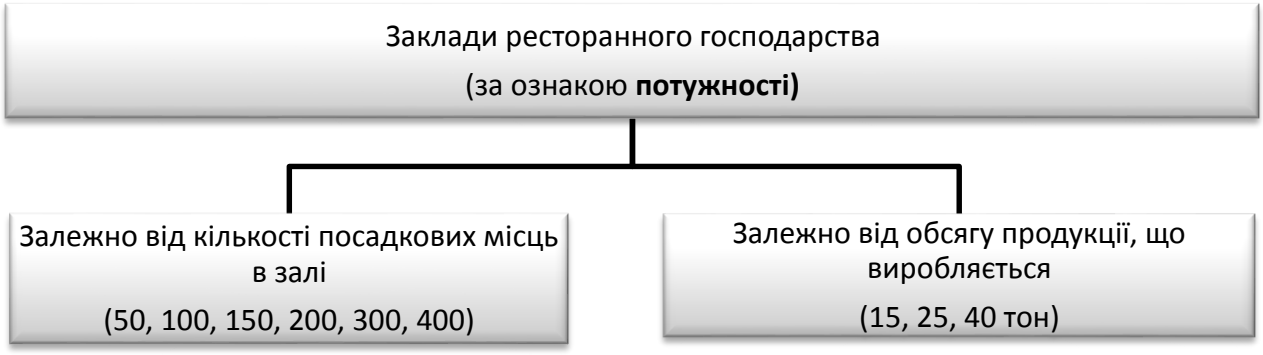


Рис. 9. Класифікація ЗРГ за потужністю.
Джерело: складено автором на основі [].

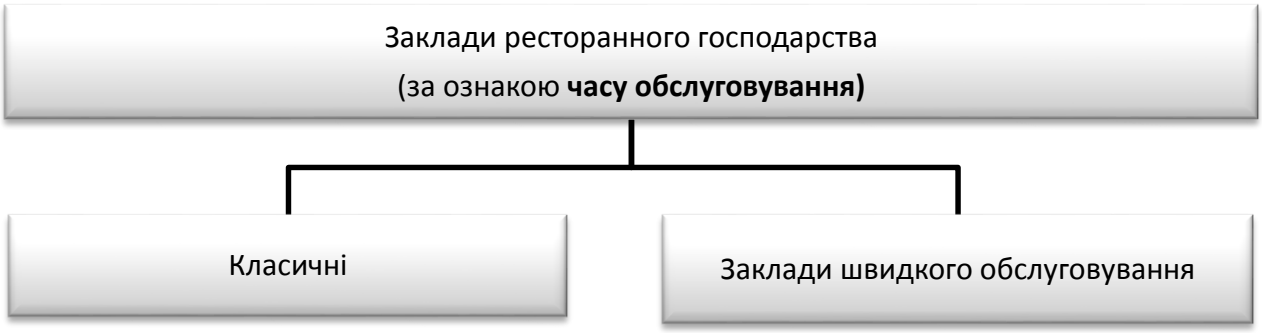


Рис. 10. Класифікація ЗРГ за часом обслуговування.
Джерело: складено автором на основі [].

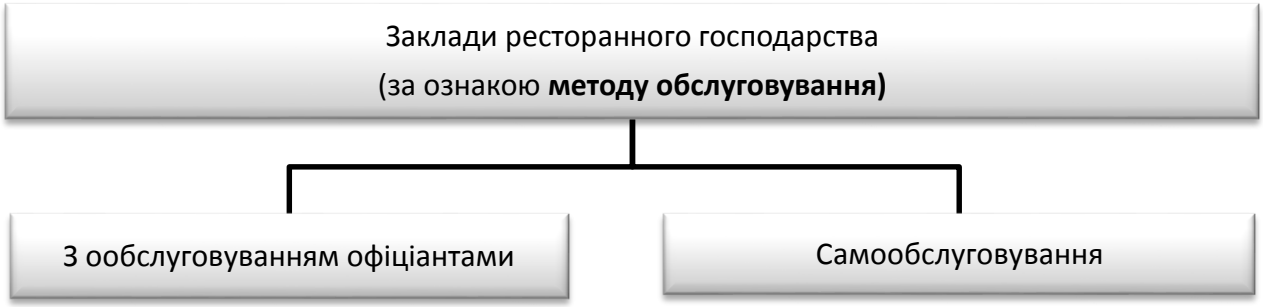
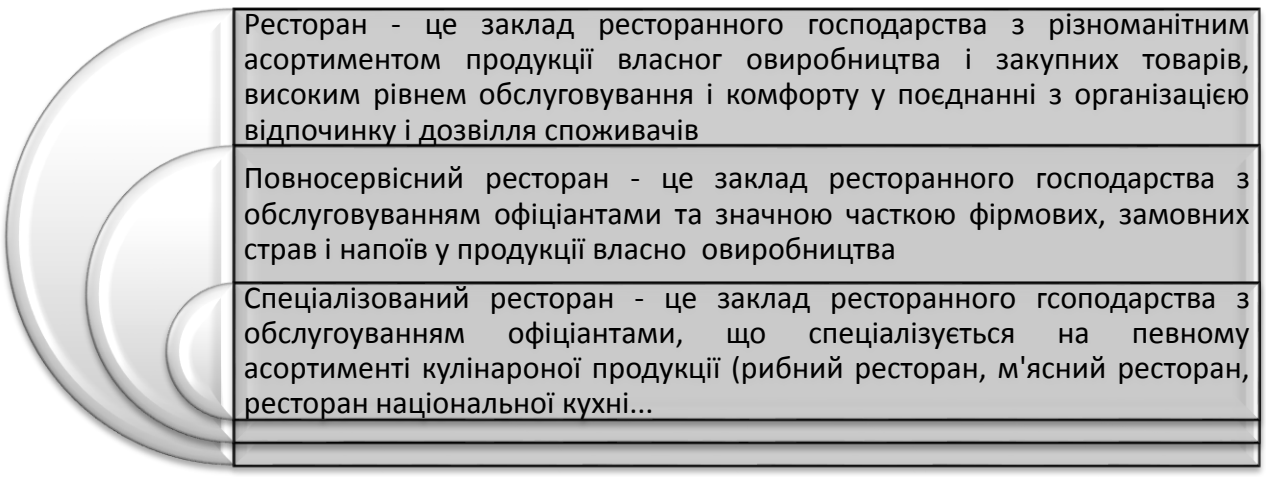


Рис. 11. Класифікація ЗРГ за методами обслуговування.
Джерело: складено авторами.

3. Типи закладів ресторанного господарства

Тип закладу ресторанного господарства визначається за сукупністю загальних характерних ознак торговельно-виробничої діяльності: асортиментом продукції, рівнем обслуговування, номенклатурою надаваних послуг, рівнем матеріально-технічної бази та ін. Визначення типу закладу ресторанного господарства регламентується ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»:



На класи діляться тільки ресторани та бари. Клас – це сукупність відмінних ознак підприємства певного типу, що характеризує якість надаваних послуг, рівень та умови обслуговування.

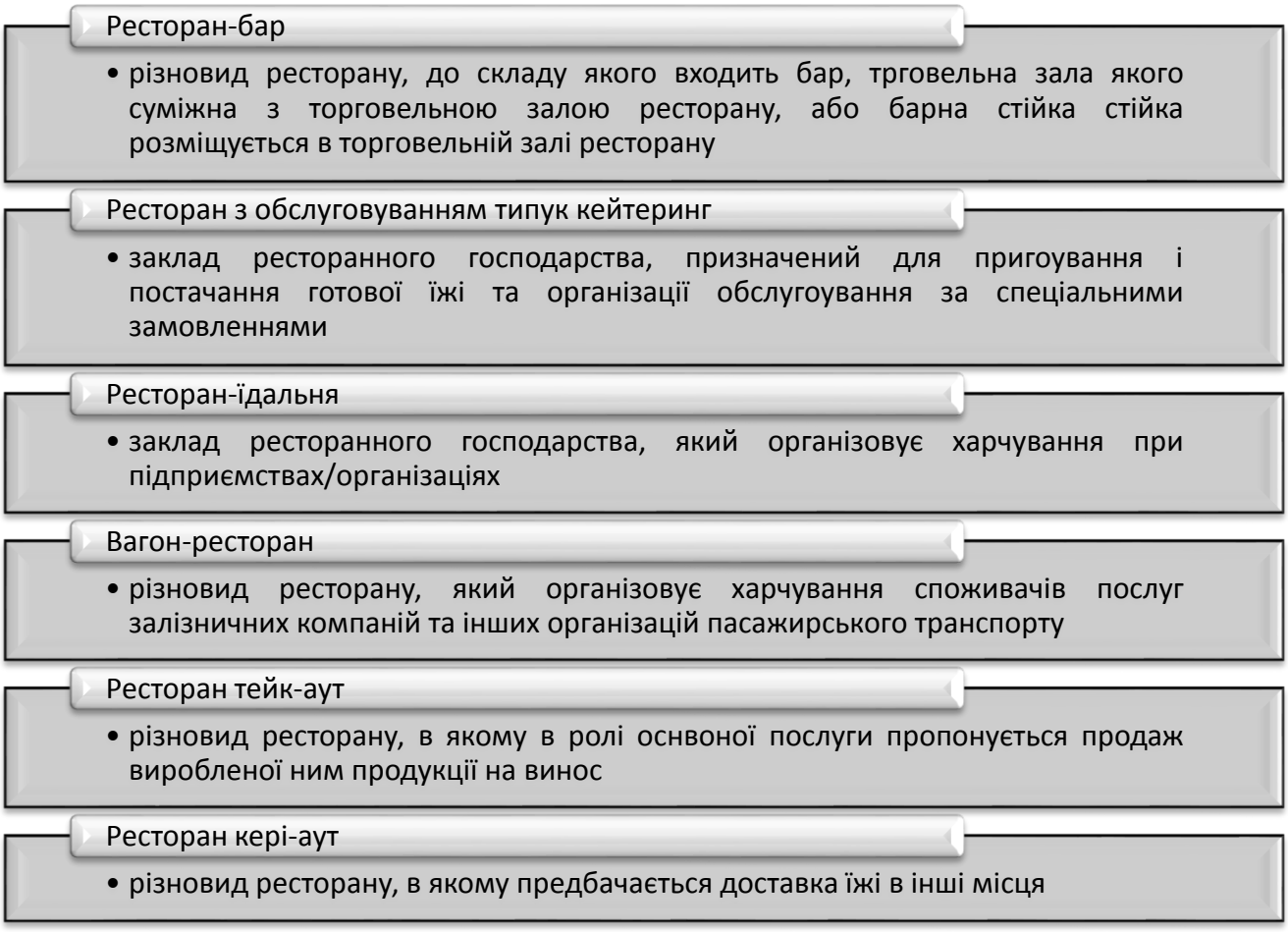


Рис. 12. Різновиди ресторанів.
Джерело: складено авторами.

За ступенем комфорту, рівнем обслуговування, обсягом надаваних послуг ресторани поділяють на три класи: **люкс, вищий та перший.** Умовно ресторанний бізнес України можна поділити на три основні напрямки: фастфуд, заклади середнього цінового рівня та ресторани вищого цінового рівня, так звані de-lux або преміум-клас.

Ресторани класів люкс і вищий розміщуються в громадських, адміністративних, видовищних комплексах, при готельних комплексах, на курортах, у великих аеровокзалах, в місцях історичних і архітектурних пам'яток. Питома вага замовних і фірмових страв у ресторанах класу люкс має бути 100 відсотків, в ресторанах вищого класу не менше 70%. Ресторани організують обслуговування урочистих і офіційних прийомів, конференцій, з'їздів, проводять вечори відпочинку з музичними та естрадними програмами, тематичні вечори.

Ресторани першого класу розташовуються найчастіше на магістралях, в зонах відпочинку, в комплексах торгових центрів. У меню ресторанів 1 класу має бути не менше 50 відсотків фірмових і замовних страв. У денний час можлива реалізація експрес обідів, яких повинно бути не менше 2-х варіантів.

Крім страв, закусок, виробів в ресторанах реалізуються різні міцні алкогольні, слабоалкогольні та безалкогольні напої. При таких підприємствах організовуються також кондитерські цехи, які випускають широкий асортимент виробів і забезпечують ними головне підприємство та його філії. Разом з меню споживачам необхідно пропонувати прейскурант і карту вин. До окремої групи належать ресторани, які спеціалізуються на приготуванні національних страв і страв з певних видів продуктів. У ресторанах обслуговуючий персонал для роботи повинен забезпечуватися спеціальним одягом і взуттям. Обслуговування офіціантами здійснюється під наглядом адміністратора залу або метрдотеля. Для ресторанів, які обслуговують іноземців, обслуговуючий персонал повинен володіти міжнародною іноземною мовою в обсязі, необхідному для спілкування. Ресторани за своїм призначенням повинні забезпечувати високий рівень комфорту шляхом оснащення торгових приміщень і приміщень для споживачів зручними меблями, створювати сприятливого для відпочинку мікроклімату. Споживачам в ресторанах пропонується широкий перелік послуг. Зали ресторанів обладнуються спеціальними комфортними меблями, столами 2-х, 4-х місцевими (круглої, квадратної або прямокутної форми). Обслуговування здійснюється на скатертинах або індивідуальних серветках (в залежності від класу підприємства).

Класифікація ресторанів за різними ознаками наведена на рис. 13.

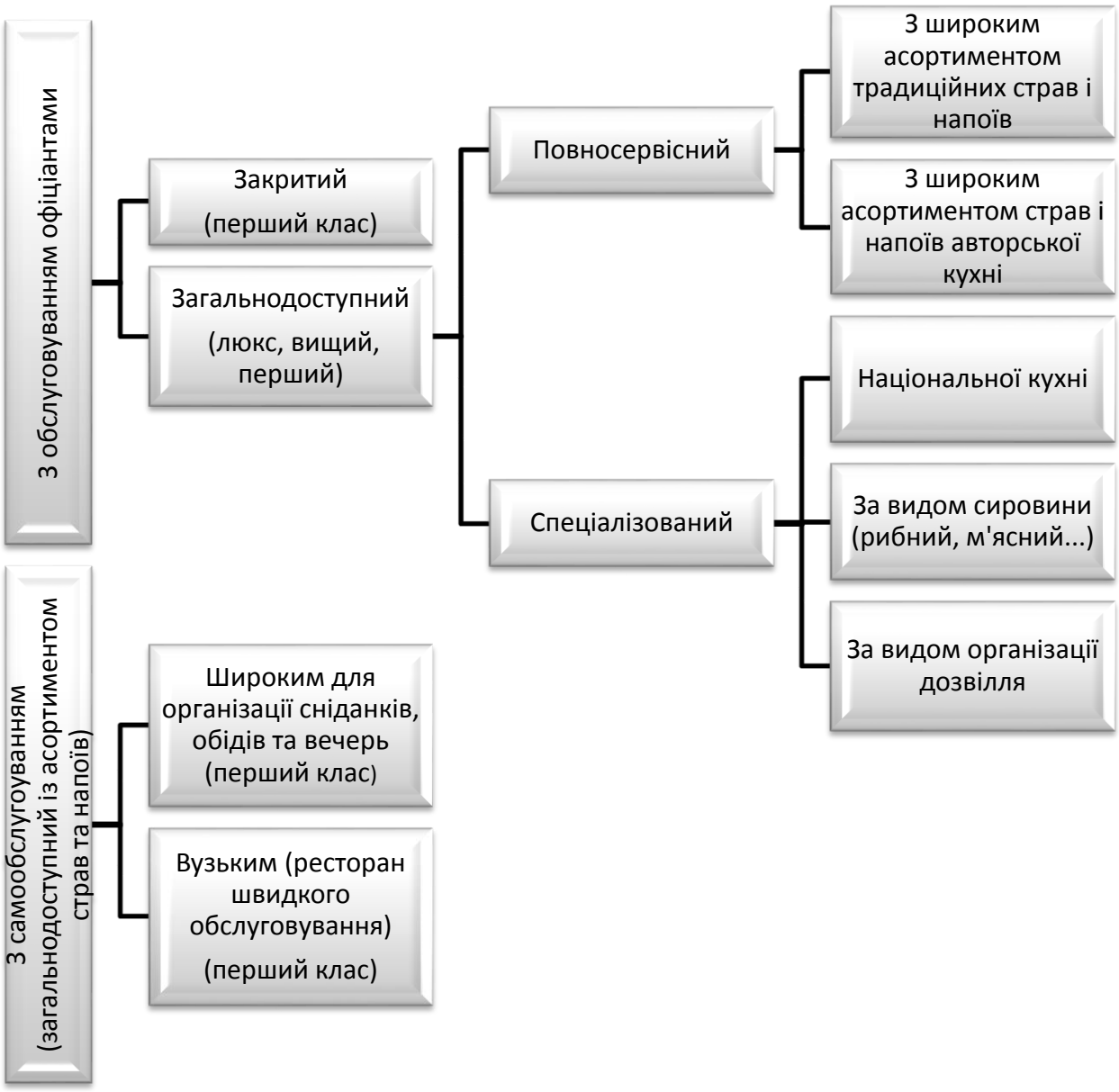


Рис. 13. Класифікація ресторанів.
Джерело: складено авторами.

За контингентом, що обслуговується ресторани поділяють на загальнодоступні **(**продукцію та послуги може одержати будь-який споживач) та закриті (продукцію та послуги може одержати певний контингент: викладачі вищих навчальних закладів, службовці установ та промислових підприємств тощо).

За часом обслуговування ресторани класифікують на звичайні та ресторани з швидким обслуговуванням. За методами обслуговування ресторани бувають з обслуговуванням офіціантами і самообслуговуванням. Ресторан може бути повносервісним **(**з обслуговуванням офіціантами та значною часткою фірмових, замовних страв і напоїв у продукції власного виробництва) або спеціалізованим (спеціалізується на певному асортименті кулінарної продукції).

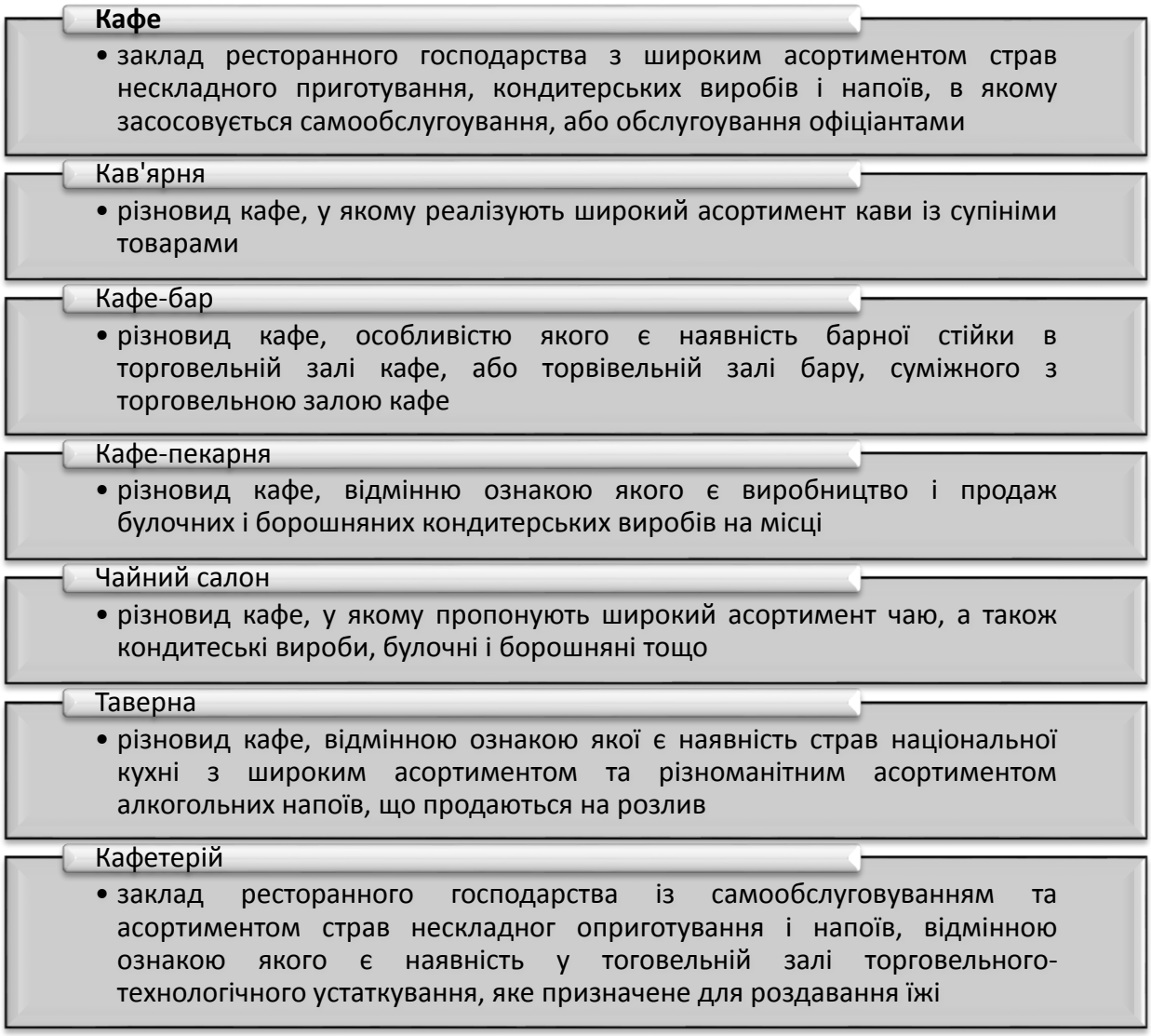


Рис. 14. Різновиди кафе.
Джерело: складено авторами.

Залежно від контингенту споживачів, в кафе обслуговування здійснюється офіціантами або використовується метод самообслуговування. У кафе з концертно-естрадними програмами зі споживачів можуть потребувати додаткової оплати в розмірі, що покриває витрати підприємства на організацію цього заходу. Музичне обслуговування організовується з використанням стереофонічної радіоапаратури, допускається виступ оркестру або ансамблю. Залежно від використовуваного методу обслуговування споживачів, оплата за продукцію і послуги в кафе здійснюється за готівковий розрахунок за запропонованим офіціантом рахунку або за картками, за розрахунковими касовими чеками при самообслуговуванні через лінію роздачі. Класифікація кафе представлена на рис. 15.

Рис. 15. Класифікація кафе.
Джерело: складено авторами.

Зали кафе обладнуються 2-х, 4-х місцевими столами (круглої, овальної, квадратної або прямокутної форми). До них підбираються відповідної форми стільці, крісла. Столи накриваються скатертинами, або обслуговування здійснюється на індивідуальних серветках або за столами з гігієнічним покриттям. Як і ресторан, кафе призначене не тільки для організації харчування населення, а й для організації їхнього дозвілля, тобто об’єднується організація прийому їжі і відпочинок. Кафе розміщують на центральних вулицях міста, при готельних комплексах, на вокзалах, в зонах відпочинку і т.п.

Кафе може бути повносервісним або спеціалізованим. Розрізняють спеціалізовані кафе: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне, кафе-піца, кафе-варенична, кафе-пельменна, кафе дитяче, кафе молодіжне і т.п.

Бари класу люкс відрізняються дуже високим рівнем комфорту. Будуються тільки за індивідуальними проектами. Меблі, освітлювальна апаратура виконуються за спеціальними замовленнями. Посуд і столова білизна також має спеціальне оформлення, виконане на замовлення підприємства (символіка цього підприємства, монограма або щось інше).

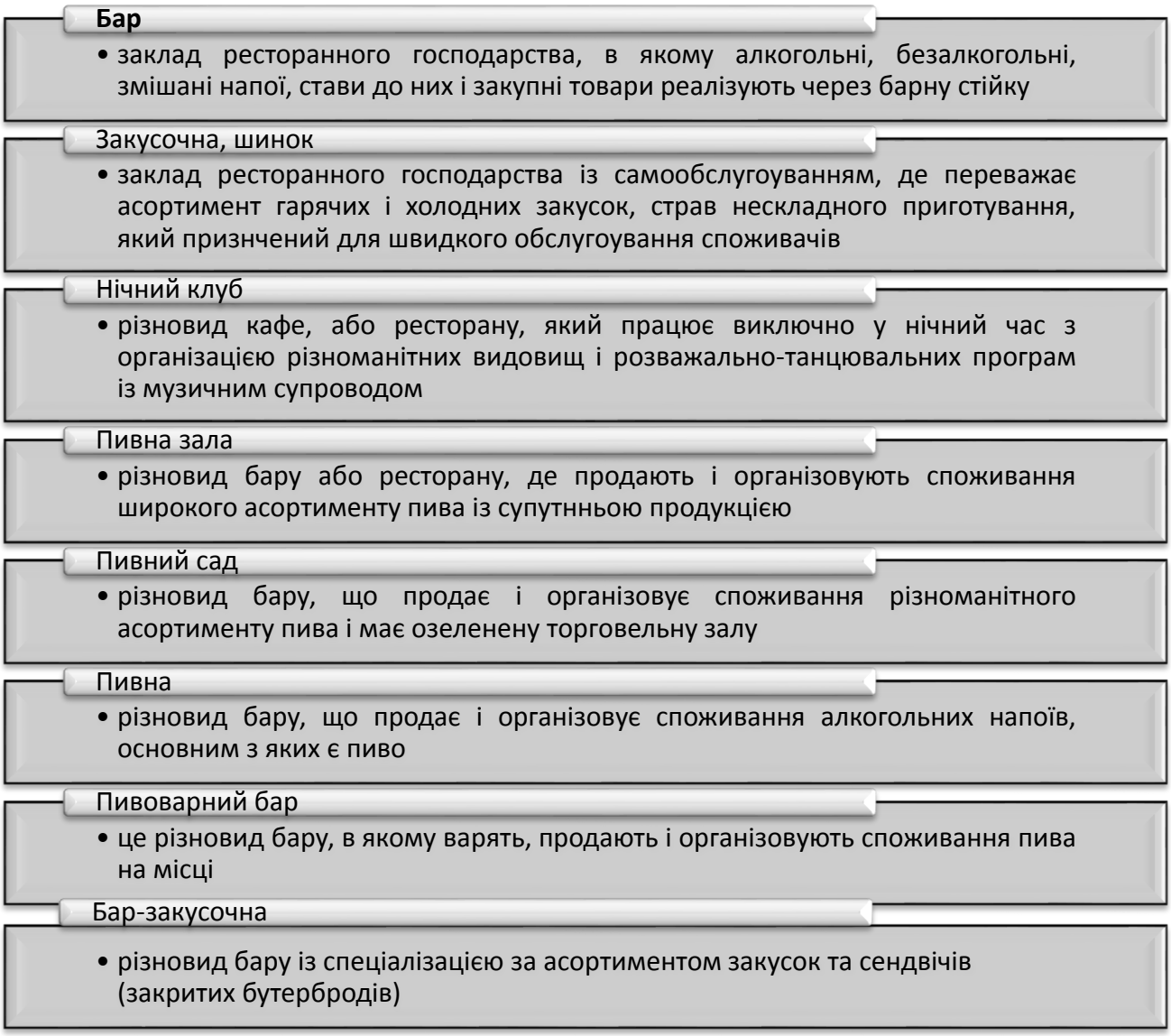


Рис. 16. Класифікація барів.
Джерело: складено авторами.

Обслуговування споживачів в барах здійснюється барменом за стійкою і офіціантами за столиками, або тільки барменом, що визначається класом підприємства. На кожне місце в барах за барною стійкою передбачається не менше 0,8 м (клас люкс і вищий) і 0,6 м (клас перший). Кількість місць за барною стійкою має становити близько 50% від числа місць за столами для класу люкс, не менше 25% для барів вищого класу і 20% – першого класу.

Особливістю більшості барів є те, що майже весь процес приготування продукції здійснюється в присутності споживача барменом за барною стійкою.

Особлива увага приділяється оформленню інтер'єру, організації природного і штучного освітлення, музичній програмі. Для споживачів в барах встановлюються телевізори, передбачається місце для танців. Розрізняють спеціалізовані бари: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар тощо.

Режим роботи бару залежить від його спеціалізації. Бари можуть бути денними і нічними. Молочний і вітамінні, пивні і гриль – це денні бари. Винні, коктейль-бари або коктейль-холи – це, як правило, нічні підприємства.

Бари можуть організовуватися як самостійні підприємства (бути юридичними особами) або в комплексі з іншими типами підприємств ресторанного господарства (ресторанами, кафе, їдальнями, ін.).

Їдальня - заклад ресторанного господарства для обслуговування певного контингенту споживачів з різноманітним асортиментом продукції власног овиробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.

Буфет - заклад ресторанного господарства з обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладананому приміщенні або у приміщеннях залізничного, авто-, аеровокзалів, де їжу споживають, стоячи, чи продають на винос.

Різновидом їдальні з асортиментом страв дієтичного харчування є дієтична їдальня. Класифікація їдалень та буфетів представлена на рис. 17.

Рис. 17. Класифікація їдалень.
Джерело: складено авторами.

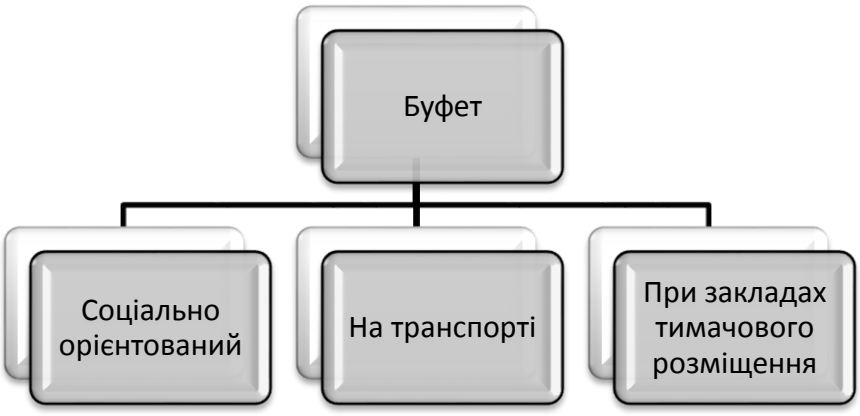
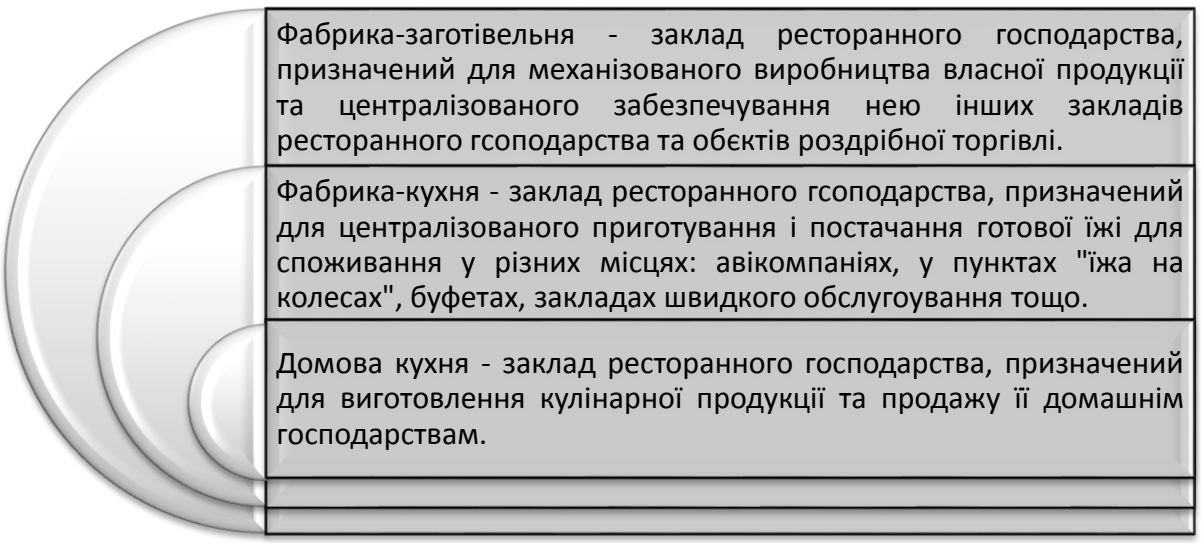


Рис. 18. Класифікація буфетів.
Джерело: складено авторами.



Запитання для самоконтролю:

1.За якими критеріями класифікують підприємства харчування туристичної індустрії?
2. Як залежно від місця розташування розрізняють ресторани?
3. Що таке асортимент продукції?
4. Як поділяються за формами обслуговування підприємства харчування?
5. Як поділяються за рівнем обслуговування підприємства харчування?

Лекція Характеристика торговельних приміщень та їх обладнання

1. Загальні вимоги до матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства
2. Приміщення для споживачів
3. Роздавальні, буфети та підсобні приміщення

1. Загальні вимоги до матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства Приміщення підприємств харчування в залежності від їх функціонального призначення поділяють на наступні групи:

– приміщення для споживачів – вестибюль (включаючи гардероб, умивальні та туалетні кімнати), зали із роздавальними та без них, приміщення для офіціантів;

– виробничі приміщення – гарячий та холодний цехи, заготівельні цехи (м’ясний, рибний, овочевий), доготівельний цех, кабінет завідуючого виробництвом, кондитерський цех, цех борошняних виробів, мийні столового та кухонного посуду, мийна та комора тари напівфабрикатів, сервізна;

– приміщення для прийому та зберігання продуктів – охолоджувані камери для зберігання риби, молочних продуктів, неохолоджувані комори для зберігання сухих продуктів, приміщення комірника, комора інвентарю, приймальна продуктів;

– службові та побутові приміщення – кабінет директора, кімната персоналу, кімната завідуючого господарством, гардероб для персоналу й офіціантів, душові, вбиральні та білизняна;

– технічні приміщення – електрощитові, вентиляційна камера, котельня, бойлерна тощо.

Склад приміщень та їх площа залежать головним чином від типу, місткості підприємства, характеру виробництва.

Сучасні ресторани значно змінилися і зовні, і всередині. На зміну величезним залам колишніх років прийшли невеликі зали, що відокремлені один від одного розсувними стінами-перегородками, квітниками та іншими деталями інтер’єру.

Над входом до ресторану повинен бути влаштований козирок, щоб відвідувачі мали

можливість обтрусити парасольку, привести у порядок взуття. На видному місці повинна бути вивіска режиму роботи закладу.

У ресторані передбачені три зони приміщень:

1) технологічний комплекс (приміщення для приготування їжі);

2) основна група торговельних приміщень для прийому їжі (обідній зал, банкетний зал, бар);

3) приміщення для прийому гостей і відпочинку (вестибюль, аванзал, гардероб, туалетні кімнати, кімната для паління).

Перша зона – технологічний комплекс (приміщення для приготування їжі).

Ресторан як підприємство, що випускає кулінарну продукцію, має виробничі цехи, котрі спеціалізуються на переробці певного виду сировини та продукції, що виготовляється. Це м'ясний, рибний, овочевий, гарячий, холодний, кондитерський та борошняний цехи. Також є складське, тарне господарство і санітарно-технічні служби.

Усі виробничі приміщення (цехи) ресторану поділяються на заготівельні, доготівельні, спеціалізовані та допоміжні:

– заготівельні цехи – м'ясний, рибний, овочевий. У невеликих ресторанах переробку м'яса, птиці та риби об'єднують у єдиний цех, але для кожного виду сировини виділяють окремий стіл, обробні дошки та ножі. У заготівельних цехах здійснюють первинну обробку сировини (м'яса, птиці, риби, овочів) та виробляють напівфабрикати для доготівельних цехів і магазинів кулінарії. У сучасний час харчовою промисловістю виробляються м'ясні та рибні напівфабрикати, тому невеликі підприємства можуть спеціалізуватися на них;

– доготівельні цехи – холодний і гарячий цехи. Тут кухарі займаються приготуванням холодних закусок, кулінарних страв і їх оформленням;

– спеціалізовані цехи (кондитерський і борошняний) випускають борошняні вироби, а також напівфабрикати для магазинів кулінарії;

– допоміжні приміщення – роздавальні приміщення, приміщення під склад, тару та санітарно-технічний інвентар.

На склади надходить продукція і сировина для тимчасового зберігання. Склади оснащені холодильними камерами, холодильниками, стелажами тощо.

Із роздавальних приміщень офіціантом відпускається готова продукція. Приготування їжі – складний технологічний процес.

Під *технологічним процесом* слід розуміти ряд послідовних операцій з сировиною, напівфабрикатами і кулінарними виробами та доведення їх до стану, придатного для споживання.

При організації технологічного процесу у будь-якому закладі громадського харчування необхідно:

– забезпечення потоковості виробництва та послідовності технологічного процесу;

– дотримання санітарно-гігієнічних вимог під час виробництва;

– об'єднання в єдиному приміщенні переробки сировини, що потребує однакового температурного режиму, вологості та оптимальних умов праці;

– дотримання охорони праці, техніки безпеки, забезпечення пожежної безпеки.

Висота виробничих приміщень ресторану повинна бути не менше 3 – 3,5 метрів. Температура повітря в холодному цеху не повинна перевищувати 16-18 градусів, а в гарячому 22-25 градусів. бар).

Друга зона – основна група торговельних приміщень (обідній зал, банкетний зал, Площа торговельних приміщень залежить від кількості посадкових місць та норми площі на одне місце.

Обідній зал ресторану – це основне приміщення, де обслуговують відвідувачів.

Головна вимога до залу – зручність, привабливість, вишуканість.

Зали – це приміщення, в яких обслуговують відвідувачів (гостей). Вони поділяються на основний зал, у якому здійснюється повсякденне традиційне обслуговування, банкетний зал, призначений для обслуговування свят та інших дат, та аванзала для зборів, очікування і

відпочинку гостей (аванзал, гардероб, туалетні кімнати, курильні кімнати).

Третя зона – приміщення для прийому гостей і відпочинку (вестибюль).

Перше приміщення, куди потрапляють відвідувачі і де починається їх обслуговування, – це вестибюль. У залежності від того, як їх зустрічають, складається враження про заклад.

Вестибюль – приміщення, де розміщують гардероб для верхнього одягу відвідувачів, туалетні кімнати, а в ресторанах класу «люкс» та «вищого» класу передбачені додаткові курильні кімнати. Площа вестибюля повинна бути пропорційна площі торговельного залу.

Інтер'єр вестибюля повинен відповідати планувальному рішенню та стилю оформлення усього ресторану.

Вестибюль буває: малий, великий, аванзал. У цих приміщеннях рекомендується розміщувати інформацію про послуги, які надає ресторан, тут збираються гості в очікуванні банкету. Вестибюль рекомендується обладнати дзеркалами, встановити м'які меблі (крісла, банкетки) та журнальні столики.

Гардероб – призначений для прийому верхнього одягу у гостей. У гардеробі встановлюються вішалки. Їх кількість повинна бути на 10% більшою, ніж посадкових місць у залі, вони розташовуються на висоті 1,5 метра від полу. При прийомі речей гардеробник повинен спочатку вручити номерок відвідувачу, а потім вішати одяг. Коли відвідувач іде з ресторану, у першу чергу йому подають верхній одяг, а потім головний убір.

Туалетні кімнати – обладнують поруч з гардеробом; призначені для того, щоб вимити руки, поправити зачіску, привести у порядок взуття. У туалетних кімнатах повинні бути холодна і гаряча вода, туалетне мило і папір, паперові рушники і серветки.

У ресторанах класу «люкс» та «вищого» класу у туалетних кімнатах гостям пропонують свіжі індивідуальні полотняні серветки, щітки для одягу та взуття. У туалетних кімнатах забезпечують бездоганну чистоту, відповідну вентиляцію та освітлення.

Курильна кімната – в ній розміщують зручні м'які меблі, попільнички, повинна діяти інтенсивна вентиляція. При оформленні інтер'єру не використовуються легкозаймисті матеріали.

Аванзал – приміщення для очікування, збору і відпочинку учасників свята, тому його розміщують перед входом до основної зали. Для оформлення аванзалу використовуються журнальні столики, квіти, картини, дивани, крісла тощо.

Певні вимоги вказуються стосовно розміщення залу. Він повинен поєднуватися з гарячим цехом, цехом холодних закусок, сервізною, баром, буфетом, мийною столового посуду. Усе це полегшує працю обслуговуючого персоналу і прискорює обслуговування відвідувачів.

У даний час перевагу віддають невеликим, затишним обіднім залам. Відносна температура в залі 17-18 градусів, що досягається кондиціюванням повітря.

Банкетний зал – основне приміщення, де відвідувачі ресторану обідають, вечеряють, відпочивають, відзначають свята. Банкетний зал менший обіднього, у ньому, зазвичай, встановлюють загальний банкетний стіл. Усі деталі інтер'єру залу повинні відповідати дизайну ресторану.

Бар – невід'ємна частина ресторану. У закладах ресторанного господарства під бар відводять окреме приміщення або частину залу. У ньому подають напої, каву, морозиво, фрукти, закуски тощо. Якщо бар розміщується біля входу до ресторану, то він служить аванзалом, якщо бар знаходиться у глибині залу, його нерідко об'єднують з місцем для танців.

Раціональне розміщення обладнання повинно забезпечувати найбільш оптимальну організацію виробничого процесу: дотримання вимог техніки безпеки, виробничої санітарії та протипожежного нагляду; ефективне використання приміщень для прийому та зберігання продуктів, для відвідувачів тощо.

У виробничих приміщеннях обладнання розміщують відповідно до технологічних схем приготування страв, які відображають послідовність технологічного процесу та ступінь механізації окремих операцій.

На підприємствах харчування використовують різні прийоми розміщення обладнання:

найбільш розповсюдженим вважається його установка вздовж стін (пристінне) або посередині цеху (острівне). Використання того чи іншого прийому залежить від характеру виробництва та площі цеху.

При розміщенні обладнання у виробничих цехах слід забезпечити ширину проходів, достатню для безперешкодного транспортування продукції та руху персоналу.

У торговельному залі обладнання розставляють у відповідності до напрямку руху потоків споживачів та обслуговуючого персоналу, а також потоків чистого та брудного посуду. При цьому необхідно забезпечити вільний підхід до обідніх столів. Варіанти розміщення меблів вибираються з урахуванням забезпечення оптимальних умов для споживачів та обслуговуючого персоналу.

Столи можуть бути розміщені у лінію, по діагоналі, вздовж стін, паралельними рядами або іншими варіантами.

Ширина проходів між столами та вибір їхніх розмірів залежать від типу підприємства, площі залу, його конфігурації, форми та габаритів меблів, а також від основних потоків руху споживачів і транспортування посуду. З цією метою у залі встановлюють головні (шириною 1,2 – 1,5 м) та додаткові(0,6 – 0,7 м) проходи. Відстань між стіною та розташованими вздовж неї столами повинна складати не менше 0,4 м, а при розташуванні столів паралельними рядами – 0,3 м.

Лекція Характеристика столового посуду, приборів і столової білизни

1. Порцеляновий та фаянсовий та керамічний посуд.
2. Металевий посуд та набори.
3. Скляний, кришталевий посуд.
4. Дерев’яний посуд та набори. Посуд і набори із полімерних матеріалів, фольги та паперу.
5. Столова білизна.

Вибір професійного посуду та столових наборів для закладів ресторанного бізнесу величезний – від продукції дорогих англійських і німецьких виробників до більш дешевих (але не менш якісних) вітчизняних.

Професійний посуд відрізняється від звичайного підвищеною ударостійкістю, стійкістю до відколів, мікротріщин та подряпин. Такий посуд здатен довгий час витримувати високі температурні режими у посудомийних машинах та агресивний вплив хімічних миючих засобів.

Сучасний посуд більше не обмежується формою та кольором. Поява нових матеріалів та виробничих технологій дозволяють виробникам реалізовувати найсміливіші ідеї, а рестораторам з легкістю підбирати посуд під будь-які концепції – від класики до Hi-Tech. Округлі білі форми повсюди тіснить продукція правильної і неправильної геометрії, всіляких кольорів та відтінків, фактурна та гладка, декорована, текстурна та позбавлена будь-яких малюнків. Однак класичний білий посуд завжди залишається в моді – йому віддають перевагу більшість кухарів.

Вважається, що білий порцеляновий посуд краще за все здатен підкреслювати і вигідно відрізняти кольорові поєднання готових страв.

У ресторанах використовують різноманітні види посуду: порцеляновий, фаянсовий, скляний, керамічний, кришталевий, пластмасовий, дерев’яний, з мельхіору, срібла, нержавіючої сталі тощо.

У ресторанах класу «люкс» і «вищого» класу посуд повинен бути тільки порцеляновим. Цей посуд високої якості, відрізняється легкістю, витонченістю дизайну та малюнка, значною міцністю.

Порцеляновий посуд – сніжно-білого кольору, належить до тонкої кераміки. Відрізняється легкістю, прозорістю, витонченістю. Якщо легко вдарити по краю порцелянового виробу, він видає тонкий звук. У ресторанах класу «люкс» і «вищого» класу

використовується посуд, виготовлений за спеціальним замовленням. Він має фірмовий знак, емблему ресторану або вензель. *Фаянсовий посуд* – більш важкий, непрозорий, з більш товстими стінками, він менш міцний.

Порцеляна та фаянс тривалий час зберігають тепло, мають високу кислотну стійкість, тому слугують одними з кращих матеріалів для виготовлення столового посуду.

Асортимент, кількість посуду і наборів, що використовуються в ресторанах різних типів, визначають у відповідності до оснащеності, з урахуванням типу закладу, його потужності, асортименту, форм обслуговування тощо.

Прийнято рахувати 3-4 комплекти на 1 місце: два комплекти в обігу у залі та на роздачі, третій – у мийній, четвертий – у сервізній.

Посуд повинен відповідати загальному стилю оформлення залу ресторану.

Керамічний посуд (або майоліковий) – використовується в основному у спеціалізованих закладах, відображає національні особливості. Майоліковий та гончарний керамічний посуд – виготовлений з глини, покритий глазур'ю.

Дерев'яний посуд – використовується в закладах, оформлених у стилі ретро (стилізованих під старовину). Розповсюджений у Західній Україні. Круглі розписні блюда використовують для оформлення залу.

Пластмасовий посуд – використовується в закладах швидкого обслуговування, літаках, потягах, на пароплавах тощо. Посуд достатньо міцний, легкий, має невисоку вартість.

Під час обслуговування прийомів і банкетів за типом «фуршет» використовують пластикові шпажки, виделки для подачі маленьких закусок, канапе.

Металевий посуд – поділяється на вироби з мельхіору, нержавіючої сталі й алюмінію. Для підвищення протикорозійної стійкості вироби з мельхіору покривають тонким шаром срібла. Такий посуд використовується в ресторанах «люкс» та «вищого» класу, а також при обслуговуванні банкетів і прийомів на високому рівні. Посуд з нержавіючої сталі застосовується у ресторанах класом нижче і використовується для при готування та подачі страв до торгового залу. Цей посуд сприяє підтриманню їжі у гарячому стані.

Сьогодні вибір скляного та кришталевого посуду, аксесуарів для презентацій напоїв і дегустацій такий же широкий, як і вибір посуду для обідніх залів. Келихи, фужери, чарки, стопки підбирають у залежності від асортименту винної карти з урахуванням концепції і дизайну закладу. Досить часто постачальники алкогольної продукції надають посуд і аксесуари для бару у вигляді безкоштовних POS-матеріалів (від англ. «point of sales» – місце продажу) разом з напоями відомих брендів.

Під час сервіровки обідніх столів у ресторанах використовують скляний та кришталевий посуд. Усі види келихів поділяються на кілька основних груп. До них належать:

- *келихи для вина;*
- *келихи для шампанського та ігристих вин;*
- *келихи для коктейлів;*
- *сніфтери (келихи для віскі та бренді);*
- *чарки для лікерів.*

Арманьячний келих (Armagnac Glass)

Арманьяк – міцний спиртний напій від 55 до 65%, що виготовляється за допомогою дистиляції білого виноградного вина. Пити арманьяк можна з коньячних келихів, хоча існують і спеціальні – арманьячні, напій має бути кімнатної температури, але якщо келих погріти в долонях, то смак арманьяка розкриється ще краще.

Об'єми: 160-240 мл

Келих для білого вина (White Wine Glass)

Призначений для вживання білого вина. Келихи для білого вина більш прямі. Форма келиха звужується до краю. Найважливішою частиною винного келиха є ніжка. Важливо тримати келих саме за ніжку, щоб температура тіла не нагрівала вино, особливо біле.

Об’єми: 180-260 мл

Келих для червоного вина (Red Wine Glass)

Призначений для вживання червоного вина. Келихи для червоного вина більш округлі. Форма келиха звужується до краю. Найважливішою частиною винного келиха є ніжка. Важливо тримати келих саме за ніжку, щоб температура тіла не нагрівала вино.

Об'єми: 200-300 мл

Келих для ірландської кави (Irish Coffee Glass)

Келих для кави по-ірландськи або Айріш гласс – тюльпаноподібної або конусоподібної форми, стоїть на короткій ніжці, зазвичай має спідничку та ручку. Виготовляють такі келихи з товстого жароміцного скла і використовують для подачі як холодних алкогольних кавових коктейлів і збитих кавових міксів, так і для гарячих зігрівальних коктейлів. Акуратна ручка не дає обпектися об гаряче скло ірландської кави, грогу чи глінтвейну.

Об’єми: 230-350 мл

Келих для маргарити /Купит (Margarita Glass, Coupette Glass).

Використовується для однойменного коктейлю. Широке горло призначене для солі та цукру. Насправді буває кілька видів келихів для маргарити. Келих із видовженим денцем і широкими краями вважається класичним, але Маргариту так само можуть подавати в шампанському блюдці, яке теж іноді називають келихом для маргарити. У «Купиті» так само зазвичай подають Дайкірі та деякі тропічні коктейлі.

Об'єми: 250-300 мл

Келих для порто (Porto Glass)

Призначений для вживання портвейну (від нім. Portwein), порто (від порт. Porto) – кріплене вино, вироблене на північному сході Португалії в долині річки Доуру;

Об’єми: 80-100 мл

Келих для хересу (Sherry Glass)

Херес, або шері (ісп. Jerez, фр. Xérès, англ. Sherry) – кріплене вино, вироблене в Іспанії з білого винограду, у трикутнику між містами Херес-де-ла-Фронтера, Санлукар-де-Баррамеда та Ель-Пуерто-де-Санта-Марія, що розташоване в південному автономному співтоваристві – Андалусії. Вміст спирту до 20 %, цукру близько 3 %. Класичний винний келих конічної форми, що сервірується вишнею. З 17 століття, не зазнав змін, і, як і раніше, радує нас правильними формами чаші і витонченою довгою ніжкою.

Об’єми: 60 мл

Келих сауер (Sour Glass)

Коктейлі сауер (від англ. sour – кислий) – коктейлі-діжестиви, що дістали назву через спільну ознаку – кислий смак. Він створюється завдяки тому, що до рецептури цих коктейлів входять цитрусові соки. Келих середнього об'єму, в ньому подають коктейлі-сауер. У ньому ж подають віскі.

Об’єми: 100-150 мл

Коктейльний келих / Келих для мартіні (Cocktail Glass, Martini Glass)

Мартіні – коктейль-аперитив на основі джина і вермуту. Форма келиха дає змогу змішувати окремі інгредієнти, а тонка довга ніжка не дає нагрітися коктейлю під час його вживання. Келих має широкі краї, що дає змогу прикрашати напій шматочками фруктів і додавати в коктейль лід у такий спосіб, що він не буде вам заважати під час вживання напою.

Об’єми:

90 мл – основний, найпопулярніший об'єм

120-160 мл – використовується для напоїв із льодом

210-240 мл – келих дуже великого розміру, не так сильно поширений

Коньячний келих (Cognac Balloon)

Cognac Balloon (Коньячний келих). Кулястий келих для коньяку або бренді. Традиційний келих у формі зрізаної «повітряної кулі» з тюльпаноподібною формою ідеально лягає в долоню, щоб можна було зігріти коньяк теплом своїх рук. Що дасть змогу напою повністю розкрити свій складний аромат і м'який гармонійний смак. Незалежно від розміру, келих наповнюється не більше ніж на чверть.

Об’єми: 240-360 мл

Фужер для шампанського (Champagne Flute)

Цей келих використовується здебільшого для шампанського і коктейлів, що містять шампанське. Звужений верх дає змогу затримати бульбашки шампанського під час його наливання. Вузька висока форма келиха не дасть шампанському видихнутися, змусить його краще пінитися і дасть вам змогу насолодитися свіжістю напою. Що більше загострений низ келиха, то жвавіше утворюватиметься в ньому піна. Тому в чистому і гладкому келиху деякі виробники вирізають зірочку на дні келиха.

Об’єми:

140 мл – найбільш поширений об'єм

180 мл – розмір «імперіал» використовується для коктейлів і сумішей

Харрікейн / Гасниця (Hurricane Glass)

Оригінальна назва «Hurricane» перекладається як «ураган». Великий келих, виконаний у формі груші. Найчастіше має коротку, декоративну ніжку. Форма келиха нагадує старовинні ліхтарні ковпаки. Келих використовується в основному для коктейлів, збитих у блендері, або для заморожених коктейлів. Багато тропічних коктейлів подають у келиху «Ураган».

Об’єми:

230-300 мл – маленький келих

440 мл – середній келих

700-800 мл – великий келих

Бокал олд фешн, Старомодний стакан (Old Fashioned)

Келих Old Fashioned низький, але досить великого об'єму. Спочатку його використовували для напоїв, що подаються з льодом, таких як, наприклад віскі, джин, бурбон, бренді. Тому його форма досить широка, для того щоб вмістити кубики льоду і необхідну кількість рідини, а скло на денці досить товсте, що запобігає швидкому таненню льоду.

Об’єми: 130-240 мл

Коллінз (Collins)

Коллінз – найпоширеніший вид келиха. Коллінз призначений для змішування міцних алкогольних напоїв, як-от віскі, джину з льодом і содовою водою. Історія келиха почалася 1925 року у Франції, в Парижі. Саме тут було запропоновано форму келиха коллінз. Так само використовується для подачі соків, мінеральної води і коктейлів, таких як фізи і клаб мікси. На відміну від хайбола його стінки завжди прямі. Об'єми: 230-340 мл

Хайбол (Highball)

Назва склянки «highball» перекладається як високий келих. За формою він відносно високий і широкий. Склянка Хайбол вища, ніж Олд фешн, але менша, ніж Коллінз. Хайбол одна з найпоширеніших склянок у будь-якому барі. Склянка простої форми та середнього об'єму є практично універсальною для прохолодних коктейлів.

Об’єми: стандартним є об'єм у 270 мл

Стопка, шот (Shot Glass)

Традиційно, використовувався тільки для незмішаних сильноалкогольних напоїв: горілка, віскі. Зараз стопку часто використовують для шутерів – міцних коктейлів.

Об’єми:
50 мл – стандартний обсяг
90-100 мл – подвійна стопка

Скляний і кришталевий посуд використовується для подачі вино-горілчаних виробів, напоїв, солодких страв, фруктів тощо. Для урочистостей (прийомів, банкетів) використовується кришталевий посуд. Кришталевий посуд відрізняється високою прозорістю, грою світла та дзвоном.

Столові набори можуть бути виготовлені з мельхіору, нержавіючої сталі й алюмінію. Найбільш розповсюджені набори з нержавіючої сталі. Столові набори поділяються на основні та допоміжні (рис. 14).

Основні (індивідуальні) – це набори, які використовуються для їжі, допоміжні (колективного використання) використовують для перекладання або розкладання страв.

До *основних столових наборів* належать закусочний, столовий, рибний, десертний та фруктовий:

– набір закусочний складається з виделки та ножа. Використовується для подачі холодних страв і закусок, а також деяких гарячих страв (млинці, яєчня). Розміром трохи поступається столовому набору;

– набір столовий складається з виделки, ножа і ложки. Використовують для подачі перших та других гарячих страв. Столова ложка та виделка слугують для перекладання страви із загального блюда до тарілки відвідувача;

– рибний набір складається з виделки, що має чотири короткі зубці та поглиблення для відділення кісток, і лопаткоподібного тупого ножа. Використовується для подачі рибних гарячих страв;

– набір десертний складається з виделки, ножа і ложки. За розміром виделка та ніж менші від закусочних. Використовуються для десерту та салату. Ложка може подаватися до бульйону і супів, що подаються у бульйонних чашках;

– набір фруктовий складається з виделки та ножа. Відрізняються від десертного меншим розміром. Виделка з двома зубцями. Ніж має гостре, коротке лезо та нагадує складаний ніж;

– ложка чайна та кавова подаються до відповідних напоїв.

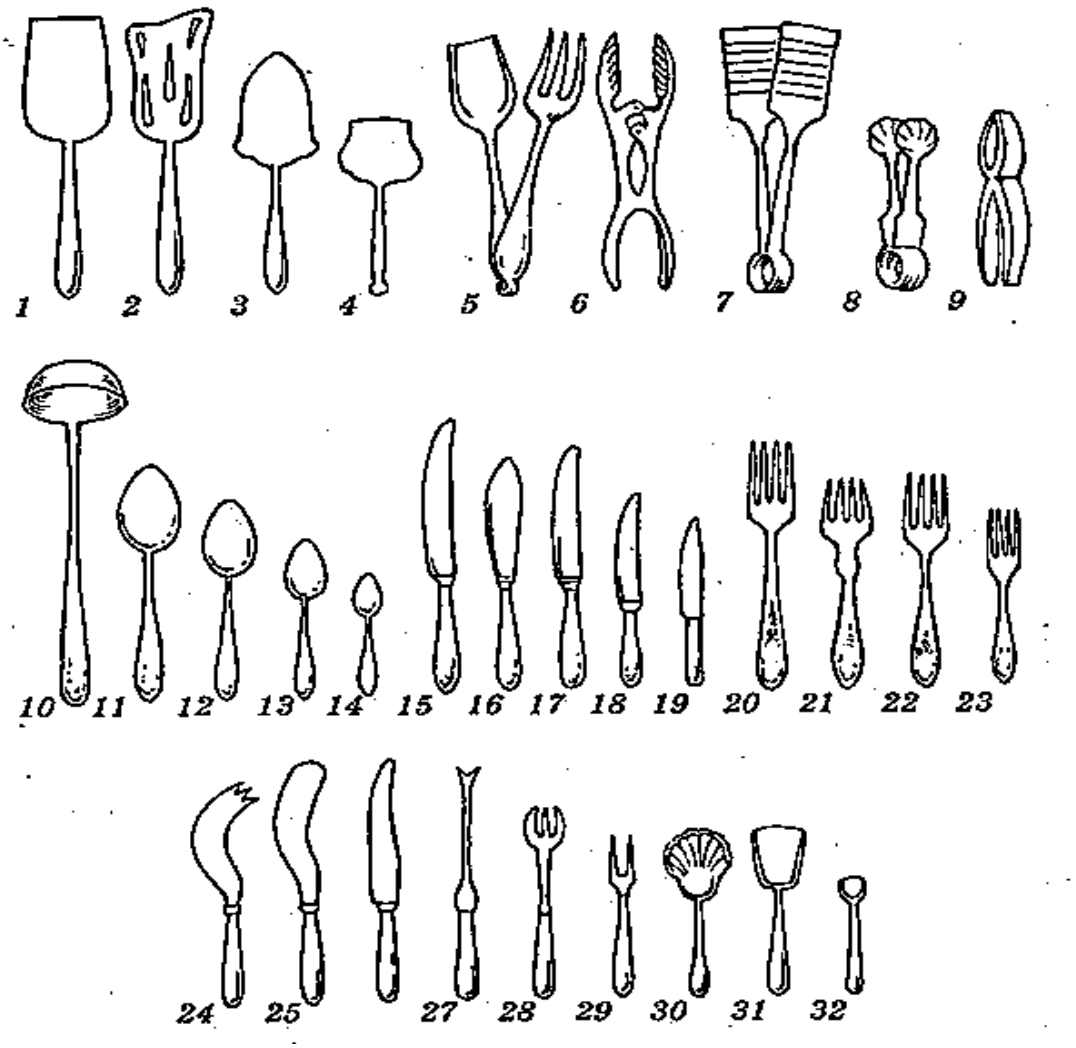


Рис. 19. Столові набори, що використовуються в ресторанах:

1 – лопатка для розкладання тістечок; 2, 3 – лопатка для розкладання риби, 4 – лопатка десертна, 5 – прилад для розкладання страв; 6-9 – щипці для кондитерських виробів, спаржі, цукру, горіхів; 10 – розливальна ложка для супу; 11-14 – ложки; 15-19 – ножі: столовий, рибний, закусочний, десертний, фруктовий; 20-23 – виделки: їдальні, рибна, закусочна, десертна; 24-26 – ножі для сиру, масла, лимона, 27 – виделка для раків і крабів; 28 – виделка для устриць, 29 – виделка для лимона; 30 – ложка для варення; 31 – ложка для ікри; 32 – ложка для спецій.

Джерело: [28].

– кавова ложка менша за чайну;

– ложка бульйонна відрізняється від столової меншим розміром. Подається при подачі бульйону у чашці.

До *допоміжних* належать столові набори, призначені для нарізки та розкладання

страв:

– ніж для масла – має розширену основу;

– ніж-виделка – використовується для нарізки та розкладання сиру. Має серповидну форму з зубцями на кінці;

– ніж і виделка для нарізки та розкладання лимона. Ніж має зигзагоподібне лезо. Виделка з двома гострими зубцями;

– ніж і виделка для розділу використовуються офіціантами для нарізки великого шматка м'яса на порції у присутності гостя;

– ложка для салату використовується для перекладання салату з багатопорційного посуду. Від столової ложки відрізняється більшим розміром;

– ложка розливальна (ополоник) існує різних розмірів. Використовується для розливання перших страв, солодких страв, молока;

– щипці кондитерські існують різних розмірів. Великі використовують для розкладання кондитерських та борошняних виробів, маленькі – для цукру, шоколаду;

– щипці для льоду виготовляють з нержавіючої сталі та мельхіору.

Крім того, у ресторанах використовують лопатку для ікри, лопатку рибну, лопатку паштетну, лопатку кондитерську тощо. Використовують вищеперераховані набори в залежності від особливостей обслуговування і меню.

Для миття посуду та столових наборів у ресторанах передбачено мийне приміщення. Воно повинне знаходитися поруч із торговим залом, роздавальною та сервізною. Столовий посуд сортується за видами, миється, ополіскується та висихає. Для миття столового посуду (порцелянового або мельхіорового (склянок, фужерів, чарок тощо)) використовують посудомийні машини або ванни (ручний спосіб).

Не менш важлива для ресторанів столова білизна (скатертини, серветки, ручники, рушники). У гармонії із загальним інтер'єром вона створює атмосферу затишку, посилює стильові та кольорові акценти, відтіняє витонченість сервіровки. Незмінною популярністю сьогодні користується столова білизна з натуральних тканин – бавовняна та льняна. Вона приємна на дотик, чудово вбирає вологу, а у накрохмаленому стані має відмінний вигляд і тримає форму. Синтетичні тканини менш затребувані, їх найчастіше використовують у так званих «текстильних сендвічах». Це спеціальний метод тришарового покриття: знизу мулетон (прогумований тканинний шар, який забезпечує стійкість до ковзання, а також захищає стільницю від пошкоджень), потім саме скатертина і зверху наперон (додатковий шар, який прикрашає та захищає скатертину від інтенсивного забруднення).

Для великих банкетних столів, банкету-фуршету використовують скатертинне полотно, з якого шиють скатертини довжиною від 3 до 12 метрів.

Використовуються скатертини білі та кольорові. Білі надають залу урочистість. Їх використовують при усіх видах обслуговування, а при організації банкету-чаю та банкету-кави використовують кольорові скатертини світлих тонів (світло-блакитні, рожеві та інші).

Підприємства з національною кухнею використовують скатертини з національним орнаментом, різними видами ручної обробки – мереживами, вишивкою тощо.

Для банкету-фуршету використовують так звану «юбку» – тканину, яка прикріплюється до скатертини від кришки столу до підлоги (відстань між «юбкою» і підлогою становить 5-10 см). Серветки з лляного полотна шиють квадратними зі сторонами від 35 до 62 см.

Заклади у стилі Hi-Tech та деякі ресторани національної кухні (наприклад, японські або латиноамериканські) замість текстильної столової білизни для стільниць використовують скатертини та серветки з інших матеріалів (тонкий пластик, бамбукові рогожі та інші) або відмовляються від їх використання взагалі.

За оцінками спеціалістів, сервірувальний «пакет» для ресторанів середніх розмірів обходиться у 2000-3000 доларів США, а для великих закладів високого класу – у два-три рази більше.

Лекція Види меню та їх характеристика

1. Класифікація меню.
2. Порядок розробки меню.
3. Оформлення меню.
4. Електронне меню.

1. Класифікація меню

Успіх закладів ресторанного господарства залежить від багатьох складових, чільне місце серед яких займає меню. *Меню* (від франц. menu) – це перелік страв і напоїв, рекомендованих споживачам. Цей термін як короткий і найзручніший широко використовується у вітчизняних закладах ресторанного господарства. В інших країнах застосовується термін «карта». Його перейняли також вітчизняні заклади ресторанного господарства: карта вин, карта сигар, карта кальянів тощо

Меню є візитною карткою закладу, тому папка з меню має бути красиво і добротно оформлена. Воно має узгоджуватися із загальною концепцією закладу ресторанного господарства. Оскільки концепція базується на очікуваннях споживачів, то меню повинно не тільки задовольнити, а навіть перевершити їх очікування

До розробки і створення меню слід підходити творчо, тоді воно не тільки інформуватиме споживачів про наявність страв та напоїв, а й спонукатиме до більшого замовлення, тобто впливатиме на прийняття рішення про покупку, перетворюючись таким чином на елемент реклами закладу ресторанного господарства.

Зміст меню залежить від типу закладу ресторанного господарства. Залежно від контингенту споживачів, типу і потужності закладу ресторанного господарства, застосовуваних форм і методів обслуговування та інших факторів розрізняють такі види меню: вільного вибору, скомплектоване, банкетне, комбіноване

Меню **вільного вибору** дає можливість споживачам вибирати страви із загального меню підприємства згідно зі своїми уподобаннями і самостійно складати для себе меню сніданку, обіду чи вечері. Залежно від можливості внесення змін у меню воно поділяється на статичне й динамічне. У підгрупу статичного включають меню порційних страв (a la carte) і обмежене меню (limited).

В групу **скомплектованого** меню входять меню комплексного обіду (сніданку, вечері, полуденка), які передбачають включення до його складу як основних, так і додаткових страв, загальна вартість яких чітко фіксована. Це дає можливість організувати харчування за абонементами в соціально орієнтованих підприємствах, чи з попередньою оплатою раціону харчування в ресторані готелю (в основному туристів), чи реалізувати страви не тільки із меню вільного вибору, а й комплексного обіду в закладі швидкого обслуговування. Як правило, комплексний обід в цьому закладі коштує дешевше, ніж такий же набір страв, вибраний споживачем із меню вільного вибору, що підвищує його привабливість.

Банкетне меню – це меню святкового сніданку, обіду або вечері. Підбір страв і напоїв здійснюється з урахуванням виду та характеру заходу, сезону тощо. Сумарна вага страв коливається від 0,6 до 1,2 кг на одну особу.

Банкетне меню може бути складовою частиною комбінованого, якщо в одному закладі використовують декілька його видів: меню порційних страв, меню окремого дня, банкетне меню.

Асортимент банкетного меню визначається характером урочистої події та побажаннями замовників. Якщо банкет проходить за столом з повним обслуговуванням офіціантами, то асортимент холодних страв та закусок обмежений і замовляють їх в основному в розмірі порцій. Для банкету за столом з частковим обслуговуванням офіціантами замовляють широкий асортимент холодних страв і закусок у розмірі напівпорцій чи $^{1}/_{3}$ порції на одну особу . Для банкету-обіду можна запропонувати закуску, бульйон, солянку чи іншу першу страву. Асортимент других страв може складатися з 1– 2 найменувань, а на десерт подають фрукти, морозиво, желе, кондитерські вироби. Банкет зазвичай завершується подаванням чорної кави.

Співвідношення між основними продуктами, включеними в банкетне меню приблизно таке: м'ясо – 60 %, птиця – 25 %, риба – 15 %.

2. Порядок розробки меню

Відповідно до типу і класу закладу ресторанного господарства розробляється асортиментний перелік страв та напоїв. При розробці меню враховують також контингент споживачів, наявність продуктів, сезон, трудомісткість приготування страв, кваліфікацію кухарів, наявність обладнання, посуду, інвентарю, вартість харчування тощо.

За розробку меню відповідає завідувач виробництва. У дієтичній їдальні до цієї роботи залучається лікар-дієтолог. У формуванні асортименту страв та напоїв можуть брати участь шеф-кухар, інженер-технолог. Розроблене меню підписують директор підприємства, завідувач виробництва, бухгалтер (калькулятор, відповідальний за ціну страви).

У меню вільного вибору вказують повну назву страви або напою та ціну. В соціально орієнтованих закладах зазначають також вихід однієї порції. Страви в меню записують у такій послідовності:

1. **Холодні страви та закуски**
1.1. Рибні із гастрономічних продуктів
1.2. Рибні власного приготування
1.3. Із нерибних продуктів моря
1.4. Овочі натуральні
1.5. Салати
1.5.1. *Рибні*
1.5.2. *М'ясні*
1.5.3. *Овочеві*
1.6. М'ясні з гастрономічних продуктів
1.7. М'ясні власного приготування
1.8. Із птиці (гастрономія, консерви)
1.9. Із птиці власного приготування
1.10. Із субпродуктів (гастрономія, консерви)
1.11. Із субпродуктів власного приготування
1.12. З овочів (консерви)
1.13. З овочів власного приготування
1.14. Грибні
1.15. Із яєць
1.16. Сири
1.17. Масло вершкове
1.18. Із кисломолочних продуктів

2. **Гарячі закуски**
2.1. Рибні
2.2. М'ясні
2.3. Із птиці
2.4. Із субпродуктів
2.5. Овочеві, грибні
2.6. Яєчні
2.7. Борошняні

3. Перші страви
3.1. Прозорі
3.2. Заправлені
3.2.1. *Рибні*
3.2.2. *М'ясні*
3.2.3. *Овочеві*

3.3. Пюреподібні
3.4. Молочні
3.5. Холодні
3.6. Солодкі

4. **Другі страви**
4.1. Рибні (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені
4.2. М’ясні (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені
4.3. Із птиці (відварені, припущені, смажені, продукти
4.4. Із субпродуктів
4.5. Овочеві
4.6. Борошняні
4.7. Круп’яні
4.8. Яєчні
4.9. Із сиру селянського

5. **Солодкі страви вироби**
5.1. Гарячі (пудинг, суфле, каша гуріївська)
5.2. Желе, муси
5.3. Компоти
5.3. Киселі
5.4. Креми, збиті вершки
5.5. Морозиво
5.6. Плоди та ягоди свіжі

6. **Напої**
6.1. Чай
6.2. Кава
6.3. Какао, шоколад
6.4. Молоко та кисломолочні
6.5. Холодні напої та соки

7. **Гарніри**
7.1. Овочеві
7.2. Круп’яні
7.3. Із макаронних виробів

8. Кондитерські та хлібобулочні
8.1. Булочки
8.2. Пиріжки
8.3. Тістечка
8.4. Пісочні
8.5. Заварні
8.6. Листові
8.7. Кекси

Спочатку записують м’ясні страви та страви із птиці, приготовані з тушок, порційних та дрібнокускових напівфабрикатів, а потім – із січеного м'яса та котлетної маси.

В їдальні у меню вільного вибору включають невеликий асортимент усіх перерахованих вище груп страв. У ресторані реалізують широкий асортимент страв, до складу яких входять вищеназвані групи. При складанні меню слід проаналізувати кількість реалізованих страв певних найменувань за минулі дні з тим, щоб виявити ті, що не користуються попитом, та замінити їх.

3. Оформлення меню

Меню повинно плануватися, розроблятися і оформлюватися з розрахунку саме на того споживача, на якого заклад ресторанного господарства планує зробити основну ставку.

Тип меню, його склад і ціни мають відповідати також рівню обслуговування, атмосфері залу, часу виконання замовлення тощо.

При створенні меню важливою є розробка концепції, дизайну, тексту, що потребує творчого підходу. Своїм оформленням меню підкреслює стиль, загальну атмосферу, концепцію та рівень даного закладу. Професійно та грамотно підібрані страви, якісно оформлений друкований текст меню, вишукана обкладинка свідчать про елітність ресторану. В ресторанах з помірними цінами витрати на оформлення меню можуть бути скромнішими, проте змістовна частина повинна відповідати всім необхідним вимогам, у тому числі передбаченим Правилами роботи закладів ресторанного господарства.

Меню містить перелік страв у певній послідовності, їх вихід (у соціально орієнтованих закладах) та ціну. Бажано, щоб кожний пункт ресторанного меню не тільки називав конкретну страву, а й надавав додаткову інформацію про її інгредієнти.

Для того щоб переконати споживачів придбати ті чи інші страви та напої, поряд зі звичайним меню використовують меню-газету. При описі тієї чи іншої страви можна не тільки розкрити суть її приготування, а також дати історичну довідку, розповісти анекдот, назвати імена відомих людей, які віддавали їй перевагу.

При описі вина можна вказати місцевість, де вирощувався виноград для нього, рік врожаю, смакові якості, назвати ім’я першого виробника, дати рекомендації щодо подавання вина до певних страв.

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

Технологічною документацією на страви, що входять до меню вільного вибору або інших меню, розглянутих вище, є рецептура, що міститься у Збірнику рецептур страв та кулінарних виробів. При створенні технологічної документації на фірмові страви також користуються Збірником рецептур для визначення норм відходів і втрат при механічній та тепловій кулінарній обробці сировини і продуктів. Якщо вони відсутні на нові та імпортні види сировини, їх встановлюють дослідним шляхом.

Фірмові страви – це страви, створені за авторською рецептурою шеф-кухаря.

Розробка страв і затвердження документації здійснюються в три етапи. На першому етапі на кожну страву (напій, кондитерський чи кулінарний виріб) розробляють технологічну карту, якій присвоюється порядковий номер.

На другому етапі проводиться контрольна перевірка якісних показників запропонованої страви, уточнюється технологія її приготування, складаються акти контрольного приготування фірмових страв.

На третьому етапі рецептура затверджується керівником підприємства ресторанного господарства та погоджується з Головним державним санітарним лікарем.

Відповідним чином оформлені фірмові страви включаються в меню.

4. Електронне меню

У деяких сучасних закладах ресторанного господарства для того, щоб споживач міг ознайомитися з меню та зробити замовлення, використовують комп’ютерні монітори із сенсорним управлінням. Намагаючись мінімізувати витрати часу на обслуговування, ці заклади запровадили так звані e-Menu (тобто електронні меню).

Електронне меню (e-Menu) – це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість, чи біля барної стійки. Таке меню надає споживачам закладів ресторанного господарства можливість:

– візуально в інтерактивному режимі ознайомитися з меню закладу та наочно й оперативно побачити високоякісні фотографії і детальний опис кожної страви;

– робити замовлення, не викликаючи офіціанта;

– викликати офіціанта, наприклад, для того, щоб попросити рахунок;

– отримати додаткові послуги, оскільки в комп'ютері з e-Menu, як правило, є ще такі функції: ігри, гороскопи, анекдоти, відео, музика і т.д.

Завдяки запровадженню в закладах ресторанного господарства e-Menu споживачам не треба чекати офіціанта, можна одразу зробити замовлення. Кожен самостійно та швидко може отримати додаткову інформацію про страви: склад інгредієнтів, рецепт, енергетична цінність, спосіб приготування тощо. Під час очікування замовлення можна пограти в різні ігри, почитати новини, анекдоти, замовити музику або подивитися відео. Новизна цих послуг приваблює молодь. Водночас, як свідчить практичний досвід, сенсорні екранні меню з фотографіями страв сприяють збільшенню їх продажів.

Завдяки e-Menu в закладах ресторанного господарства відкриваються нові можливості для проведення рекламних акцій: можна ефективно представити свій бренд за допомогою системи електронного меню. Практично усуваються причини для конфліктних ситуацій під час прийняття замовлення. Відкриваються нові можливості і для зворотного зв'язку зі споживачами: проведення опитування і завдяки цьому можливість ефективно управляти програмами лояльності.

Постачальники електронної техніки забезпечують якісне сервісне її обслуговування, проводять всі роботи з інтеграції та художнього оформлення e-Menu в інтер'єрі ресторану, кафе чи бару, що створює умови для активного впровадження нової прогресивної технології планування та рекламування закладу ресторанного господарства на практиці.

Лекція Основи раціональної організації праці

1. Кадровий склад персоналу ресторанного підприємства
2. Раціональні форми розподілу і кооперації праці в закладах ресторанного господарства
3. Вимоги до організації робочих місць в закладах ресторанного господарства
4. Поліпшення організації та обслуговування робочих місць. Атестація робочих місць, поліпшення умов праці
5. Вимоги до виробничого персоналу закладів ресторанного господарства

1. Кадровий склад персоналу ресторанного підприємства

Шеф-кухар та його команда.

Бар-менеджер, бармен і сомельє.

Обслуговуючий персонал

Хостес

О*фіціанти.*

Управляючий та команда топ-менеджерів.

Служба охорони та інші співробітники закладу.

2. Раціональні форми розподілу і кооперації праці в закладах ресторанного господарства

Раціональна організація праці – це праця, яка, ґрунтуючись на досягненнях науки і техніки, дозволяє поєднати техніку і людей у єдиному виробничому процесі і за найменших витрат матеріальних і трудових ресурсів одержати найкращі результати, домагаючись при цьому підвищення продуктивності та збереження здоров'я.

Завдання раціональної організації праці в ресторанному господарстві (рис. 20.) пов'язані між собою і повинні вирішуватися в комплексі.

Напрями раціональної організації праці:

– розробка і впровадження раціональних форм поділу і кооперації праці;

– удосконалення організації й обслуговування робочих місць;

– впровадження передових прийомів і методів праці;

– поліпшення умов праці;
– підготовка і підвищення кваліфікації кадрів;
– раціоналізація режимів праці і відпочинку;
– зміцнення дисципліни праці;
– удосконалення нормування праці.

Розробка і впровадження раціональних форм поділу і кооперації праці є одним із головних напрямів організації праці.

Рис. 20. Основні завдання раціональної організації праці в ресторанному господарстві. Джерело: складено авторами.

Розподіл праці в закладах ресторанного господарства може бути функціональним (наприклад, між працівниками виробництва і торговельного залу), технологічним (за видами робіт), пооперaційним (рис. 21).

Рис. 21. Розподіл праці в закладах ресторанного господарства.
Джерело: складено авторами.

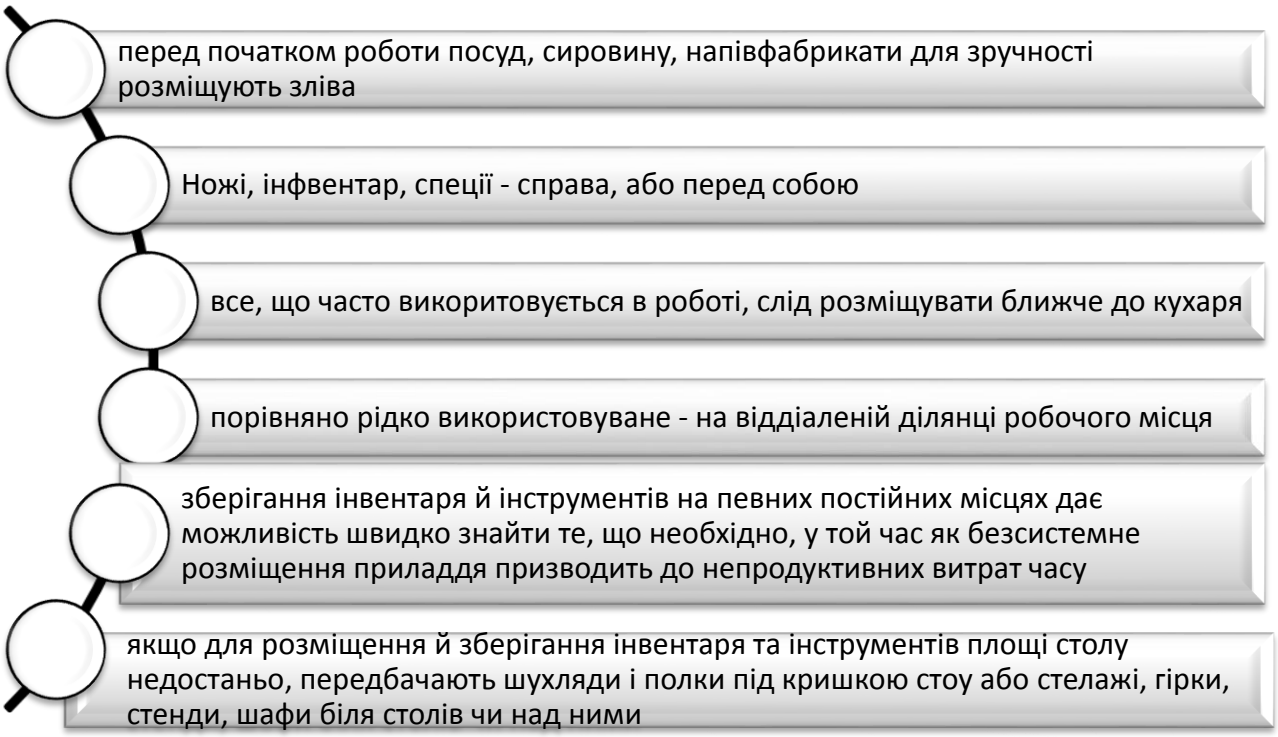
Важливе значення для підвищення ефективності роботи виробництва має кооперація праці. Формою кооперації праці в ресторанному господарстві є створення великих підприємств, об’єднань (комбінат харчування), фірм (наприклад, фірма шкільного і студентського харчування); кооперація усередині підприємства – створення виробничих бригад передбачає раціональну організацію робочих

Рис. 22. Характеристика виробничих бригад.
Джерело: складено авторами.

Робоче місце – це ділянка виробничої площі, на якій розміщене обладнання, інвентар, інструменти, пристрої, необхідні для виконання певної технологічної операції.

Площа робочого місця має бути достатньою для зручного і компактного розміщення технологічного і допоміжного обладнання, інвентарю та створення безпечних умов праці. Для прискорення переміщення напівфабрикатів і готової продукції від одного робочого місця до іншого необхідно забезпечити зручний зв'язок між робочими місцями. У цехах (залежно від їх конфігурації) може бути передбачене лінійне, рівнобіжне, Г-, П-подібне, кругове розміщення робочих місць.

Рекомендації щодо розміщення інструменту та інвентарю, сировини та напівфабрикатів на робочих місцях:



З метою створення комфортних умов праці значна увага приділяється розміру виробничих столів, полиць, стендів, стелажів. Висота виробничого обладнання повинна бути такою, щоб корпус і руки працюючих знаходилися в найбільш зручному положенні.

Кожне робоче місце має бути забезпечене достатньою кількістю інструментів, інвентарю і посуду. Посуд та інвентар підбирають відповідно до Норм технічного оснащення підприємств ресторанного господарства залежно від типу і потужності підприємства. До виробничого інвентарю висуваються вимоги щодо міцності, надійності в роботі, естетичності та ін. Робочі місця мають бути організовані так, щоб виключалася можливість одержання травм, опіків (використання захисних екранів, огороджень, запобіжних пристроїв, попереджувальної сигналізації).

4. Поліпшення організації та обслуговування робочих місць. Атестація робочих місць, поліпшення умов праці

Важливим напрямом організації праці є поліпшення організації й обслуговування робочих місць. Правильна організація робочого місця передбачає забезпечення його раціонального планування, оснащення інструментами, обладнанням, своєчасну подачу матеріалів, сировини, тари; створення сприятливих санітарно-гігієнічних та естетичних умов праці. При організації робочих місць необхідно враховувати потужність і спеціалізацію підприємства, характер здійснюваних у ньому технологічних процесів, послідовність їх виконання, ступінь розподілу праці. Робочі місця призначені для виконання одна за одною операцій, тобто створення потокових технологічних ліній, що дозволяють скоротити зайві непродуктивні рухи працівників, полегшити умови праці. На доготовочних підприємствах передбачають **комбіновані робочі місця** (для виконання декількох технологічних операцій), які забезпечують необхідним набором інструментів, посуду, інвентарю. Універсальні робочі місця забезпечують інструментом необхідним лише для виконання поточної операції, а для розміщення інших інструментів і пристроїв обладнують висувні ящики або полиці.

На робочих місцях з великою часткою ручної праці, раціоналізація яких за рахунок механізації недоцільна або неможлива, варто передбачати заходи щодо перепланування робочих місць, що забезпечується встановленням пересувного обладнання.

З метою зростання продуктивності праці в закладах ресторанного господарства проводять атестацію робочих місць (рис. 23.).

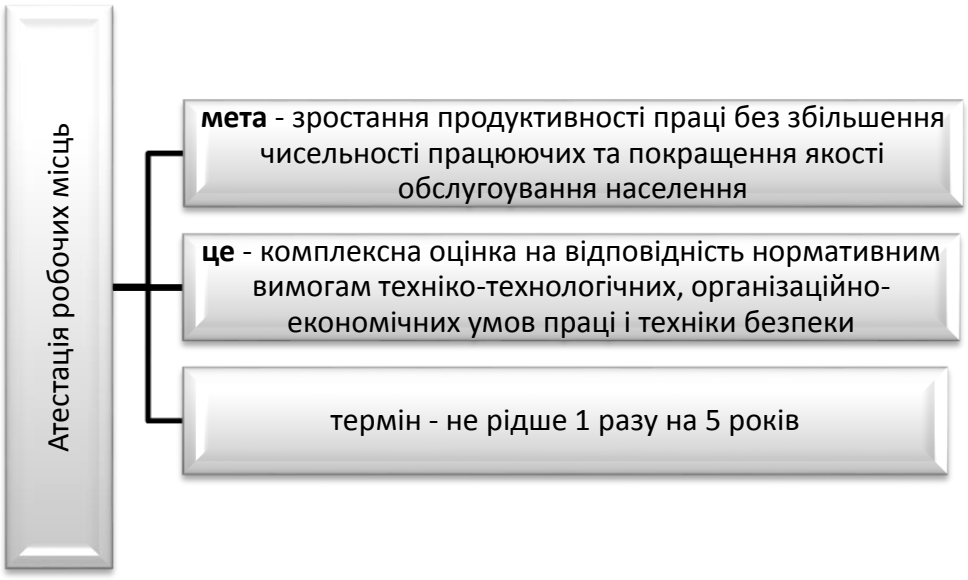


Рис. 23. Атестація робочих місць в закладах ресторанного господарства.
Джерело: складено авторами.

Висновок про відповідність або невідповідність робочого місця нормативним вимогам робиться з урахуванням ряду критеріїв:

– наявність на робочому місці обладнання та його технічний стан;

– наявність підіймально-транспортних засобів;

– відповідність обладнання раціональному використанню виробничої площі;

– відповідність застосовуваної технології забезпеченню високої якості робіт, продукції та обслуговування;

– кліматичні умови, освітленість, запиленість, загазованість.

З урахуванням вищенаведених критеріїв атестаційна комісія робить висновок про відповідність або невідповідність робочого місця нормативним вимогам. У разі невідповідності робочого місця нормативним вимогам розробляються організаційно– технічні заходи щодо його раціоналізації.

Одним із обов'язкових напрямів організації праці є поліпшення умов. Для підвищення працездатності, зниження стомлюваності і збереження здоров'я персоналу у закладах ресторанного господарства мають бути створені комфортні умови праці. Відомо, що частка ручної праці в закладах ресторанного господарства повинна складати 70–75%, тому для її скорочення доцільно проводити механізацію та автоматизацію процесів (наприклад, використовувати вантажно-розвантажувальні пристрої, підіймально-транспортне обладнання і засоби малої механізації). У закладах ресторанного господарства мають бути створені нормальні психофізіологічні, санітарно-гігієнічні та естетичні умови праці, що знижують стомлюваність працівників (дотримання загальних вимог до виробничих приміщень; створення оптимального мікроклімату: певної температури, вологості повітря, швидкості його руху; освітленості робочих місць, відсутність сильного виробничого шуму і т. д.).

5. Вимоги до виробничого персоналу закладів ресторанного господарства

Виробничий персонал закладу ресторанного господарства – це працівники, які зайняті виробництвом кулінарної продукції, борошняних кондитерських і булочних виробів (завідувач виробництва, начальник цеху, кухар, кондитер, пекар, кулінар борошняних виробів, обвалювач м'яса і т.д.). Вимоги, що висуваються до виробничого персоналу регламентуються ДСТ 30524-97 «Громадське харчування. Вимоги до виробничого персоналу».

До виробничого персоналу підприємств усіх типів і класів висуваються такі вимоги:

– отримання фахової освіти або проходження професійної підготовки на виробництві

для оволодіння знаннями, навичками і кваліфікацією для виконання конкретних функцій;

– знання технології та організації виробництва продукції ресторанного господарства, основ раціонального харчування для різних контингентів споживачів, у тому

– числі лікувально-профілактичного і дієтичного харчування, правил і техніки обслуговування клієнтів (відповідно до займаної посади з урахуванням специфіки підприємства);

– дотримання посадових інструкцій, трудового розпорядку споживачів підприємства;

– дотримання вимог санітарії, правил особистої гігієни і гігієни на робочому місці;

– знання і дотримання пожежо– та електробезпеки;

– дотримання культури й етики спілкування з колегами по роботі та споживачами;

– знання раціональної організації праці на робочому місці та уміння чітко планувати роботу;

– систематичне удосконалення своїх знань, кваліфікації і професійної майстерності на основі теоретичної підготовки і практичної діяльності, щоб забезпечити виробництво кулінарної продукції і борошняних кондитерських виробів, безпечних для здоров'я і життя споживачів, відповідно до вимог нормативної і технологічної документації.

Лекція Загальна характеристика методів і форм обслуговування

1. Класифікація методів і форм обслуговування.
2. Форми самообслуговування.
3. Форми обслуговування офіціантами.

1. Класифікація методів і форм обслуговування.

Методи обслуговування споживачів – це спосіб реалізації продукції закладів ресторанного господарства. Розрізняють два методи обслуговування: обслуговування офіціантом, барменом, буфетником самообслуговування. Форма обслуговування споживачів: І організаційний прийом, який є різновидом або поєднанням методів обслуговування. Приклади форм обслуговування: реалізація кулінарної продукції через торгівельні автомати, за типом «шведського столу», відпуск скомплектованих обідів та ін.

Види, методи і форми обслуговування на підприємствах залежать від місця вживання їжі, способу її отримання і доставки споживачам, ступеня участі персоналу в обслуговуванні та ін. Вибір найбільш раціональних видів обслуговування сприяє більш повному задоволенню попиту споживачів.

Основними видами обслуговування в закладах ресторанного господарства є:

– реалізація продукції в залах закладів відкритого типу (ресторанів, барів, їдалень, кафе, закусочних), а також в їдальнях при промислових підприємствах та навчальних закладах;

– обслуговування пасажирів у дорозі, на транспорті;

– реалізація кулінарної продукції через магазини (відділи) кулінарії;

– організація обслуговування офіціантом (барменом) вдома.

На підприємствах ресторанного господарства застосовуються такі методи обслуговування:

– самообслуговування;

– обслуговування офіціантами, барменами;

– комбінований метод.

При масовому обслуговуванні, при порівняно невеликому асортименті страв для прискорення обслуговування застосовується самообслуговування, в процесі якого споживачі самостійно беруть з роздавальної холодні страви і напої, борошняні кондитерські вироби. Гарячі страви роздавальники порціонують безпосередньо перед відпуском.

Обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, барах, інколи в кафе, в яких створення комфорту відіграє визначальну роль. Ці підприємства призначені не лише для виконання послуги харчування, але й для організації та відпочинку споживачів.

При комбінованому методі передбачається поєднання двох вказаних методів обслуговування. Наприклад, підприємство працює вдень за методом самообслуговування (загальнодоступна їдальня, кафе), а ввечері – обслуговування офіціантами. У таких підприємствах також повинні створюватися умови для організації відпочинку споживачів.

2. Форми самообслуговування

Залежно від участі персоналу в обслуговуванні розрізняють повне і часткове самообслуговування.

При повному самообслуговуванні споживач виконує всі операції, пов'язані з отриманням страв, доставкою їх до обіднього столу і прибиранням посуду. При частковому самообслуговувані більшість цих операцій виконує персонал ресторанного закладу для прискорення обслуговування. Прикладом часткового самообслуговування є попереднє накриття столів у їдальнях при виробничих підприємствах і навчальних закладах, де встановлена єдина обідня перерва і харчування організоване через комплексні сніданки та обіди. При цьому споживачі лише розливають у тарілки перші страви із супниць, заздалегідь виставлених на столи та відносять використаний посуд.

За способом розрахунку зі споживачами розрізняють самообслуговування з попереднім, подальшим, безпосереднім розрахунком та оплатою після вживання їжі.

При самообслуговуванні з попереднім розрахунком споживачі, ознайомившись з меню, отримують чек і розраховуються в касі, а потім по цих чеках отримують вибрані страви на роздачі. Такий вид самообслуговування уповільнює процес обслуговування.

Значне прискорення при застосуванні цієї форми обслуговування досягається при відпуску комплексних обідів по заздалегідь придбаних талонах або абонементах. Самообслуговування з подальшим розрахунком – це розрахунок за вибрані страви в кінці роздавальної зони. Перевагами цієї форми обслуговування є можливість безпосереднього вибору страв споживачами, звільнення роздавальників від розбору чеків, що прискорює процес обслуговування. Самообслуговування з безпосереднім розрахунком забезпечує одночасність вибору страв, отримання і оплати їх вартості. В цьому випадку відпускання продукції і розрахунок зі споживачем здійснюється одним працівником. Така форма обслуговування застосовуються в буфетах, закусочних, при обслуговуванні через барну стійку в барах.

При самообслуговуванні з оплатою після вживання їжі споживач, вибравши страви і напої, отримує чек у касира в кінці роздавальної зони, який оплачує при виході із залу. Застосування такої форми обслуговування сприяє посиленню контролю за веденням розрахункових операцій.

3. Форми обслуговування офіціантами

Залежно від кількості виконуваних офіціантом операцій, розрізняють повне і часткове обслуговування.

При повному обслуговуванні всі операції (одержання продукції, доставка її в зал, подавання страв і напоїв в обнос, збирання посуду, розрахунок) здійснюють офіціанти.

Повне обслуговування офіціантами забезпечує більш високу культуру обслуговування і застосовується при проведенні банкетів та прийомів, а також при обслуговуванні споживачів у вечірні години. У ресторанах високого класу використовується протягом усього робочого дня.

Часткове обслуговування офіціантами передбачає виконання деяких функцій споживачами залежно від часу, місця обслуговування, характеру проведених заходів, контингенту споживачів. Це дозволяє прискорити процес обслуговування та скоротити чисельність обслуговуючого персоналу.

При частковому обслуговуванні офіціанти доставляють продукцію з роздавальні в зал, ставлять страви на стіл. За столом споживачі обслуговують себе самі.

При обслуговуванні за типом «шведського столу» на стіл заздалегідь виставляють холодні закуски, солодкі страви, кондитерські вироби. Для реалізації перших і других страв у залі ресторану встановлюють спеціальні марміти з вітриною зразків страв, стопками тарілок і наборами для розкладання.

За способом розрахунку метод обслуговування офіціантами має дві форми: з попереднім і наступним розрахунком.

Форма обслуговування офіціантами з попереднім розрахунком передбачає придбання чеків на страви, що входять до складу комплексного обіду (сніданку, вечері), або розрахунки на обслуговування банкетів оплачуються попередньо (повністю або частково).

При обслуговуванні офіціантами з наступним розрахунком вартість поданих страв страв і напоїв оплачується наприкінці обслуговування готівкою або кредитною карткою, яку застосовують, наприклад, при обслуговуванні груп іноземних туристів, спортсменів і т.д.

За організацією праці офіціантів метод обслуговування поділяється на індивідуальну і бригадну форми.

Індивідуальна форма обслуговування офіціанта має наступні особливості: за кожним офіціантом закріплюють кілька столів (місць), і він виконує всі елементи техніки обслуговування (прийом замовлення, сервірування стола, подавання страв і напоїв, розрахунок зі споживачами, збирання посуду).

Більш раціональною є бригадна форма обслуговування. До складу бригади входять офіціанти різної кваліфікації (4-8 осіб). Два-три офіціанти утворюють ланку. При бригадній формі обслуговування робота будується за принципом поділу (спеціалізації) і кооперації праці офіціантів.

Обслуговування офіціантами споживачів, які відвідали заклад з метою харчування і відпочинку, також має дві різновиди: обслуговування за індивідуальними замовленнями у закладах з музичною програмою та обслуговування банкетів, тематичних обідів, балів, вечорів, презентацій тощо.

Залежно від виду заходу, банкетне обслуговування має такі форми: банкет за столом, банкет-чай, фуршет-десерт, банкет-коктейль тощо. Різновидом методу обслуговування офіціантами або комбінованого є обслуговування барменами і буфетниками-офіціантами.

При обслуговуванні за барною стійкою бармен готує напої, подає їх гостям, здійснює з ними розрахунок (наступний) і забирає посуд.

Лекція Обслуговування банкетів

1. Класифікація банкетів і прийомів
2. Підготовка до проведення банкету
3. Банкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами
4. Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами
5. Банкет-фуршет
6. Банкет-прийом за типом «шведського столу»
7. Банкет-коктейль
8. Банкет-чай

1. Класифікація банкетів і прийомів

Банкет – це урочистий званий сніданок, обід або вечеря. Залежно від подій, із приводу яких організують банкети, їх поділяють на **офіційні** та **неофіційні**. Приводом для офіційного банкету може бути прийом глави уряду, дипломатичних представників, ювілейне торжество, національне свято, для неофіційного – сімейне свято, товариська зустріч, традиційне свято й ін.

Банкети поділяються на дві групи: з розміщенням і без розміщення за столом. У першу групу входять банкет за столом, банкет-чай, у другу – банкет-фуршет, банкет-десерт, коктейль.

За участю персоналу в обслуговуванні їх поділяють на банкети з **повним** або **частковим** обслуговуванням офіціантами. При повному обслуговуванні офіціантами усі страви і напої офіціанти подають гостям в обніс; при частковому – певну їх кількість, головним чином холодні страви і напої, заздалегідь виставляють на столи, гарячі страви і напої подають

в обніс або ставлять на стіл. За асортиментом страв і напоїв банкети поділяють на універсальні і спеціалізовані. До універсальних відносять банкет за столом із повним або частковим обслуговуванням офіціантами, до спеціалізованих -банкет-фуршет, банкет-буфет, банкет-коктейль, банкет-чай.

За бажанням замовника організовують один вид банкету або сполучають декілька, тоді він називається комбінованим або складним.

Організація банкету складається з трьох стадій: прийом замовлення, підготування до проведення банкету й обслуговування.

2. Підготовка до проведення банкету

Норма площі на одну людину залежить від виду банкету. При проведенні банкету за столом вона дорівнює 1,5-2 м^2, банкету-фуршету -0,5-0,7 м^2.

Столи в залі розміщують з урахуванням кількості учасників банкету, виду банкету, конфігурації залу.

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

Важливим етапом підготування банкету є упорядкування банкетного меню. Відповідно до меню підбирається столовий посуд і набори, їхня кількість залежить від виду банкету, чисельності офіціантів, що беруть участь в обслуговуванні.

Залежно від виду банкету визначені нормативи столового посуду і наборів індивідуального користування.

Кількість наборів для розкладання дорівнює кількості багатопорційного посуду. При підготуванні до банкету використовують білу або кольорову столову білизну, яку підбирають з урахуванням особливостей інтер'ру залу, тематики свята.

На офіційному банкеті з повним обслуговуванням офіціантами один офіціант може обслужити 3-4 гостя, *на неофіційному* – 4-5 гостей. При організації банкету за столом із частковим обслуговуванням *офіціантами* один офіціант може обслужити 9-12 гостей. При організації банкету-фуршету переважно з частковим обслуговуванням офіціантами, один офіціант може обслуговувати до 30 гостей. Якщо під час цього банкету застосовується комбінована форма обслуговування, тобто поряд із поданням страв і напоїв на стіл значну частину з них подають в обніс, то на одного офіціанта доводиться 15-20 гостей.

3. Банкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами

Банкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами частіше проводиться як офіційний банкет-прийом. У меню включають порівняно невелику кількість холодних страв і закусок, одну гарячу закуску, для банкету-обіду – першу страву, одна-дві другі страви, солодкі страви, фрукти, напої.

Для проведення банкету встановлюють банкетні столи, стільці, крісла або напівкрісла (із невисокими спинками). При визначенні загальної довжини столу враховують, що на одного гостя варто передбачити 70-80 см довжини столу, в окремих випадках до 100 см.

При проведенні банкету за столом із повним обслуговуванням офіціантами застосовують повне сервірування столу. При цьому використовують підставні, закусочні і пиріжкові тарілки, виделки і ножі: столові, рибні, закусочні, столову ложку (для банкету-обіду), десертні набори: ніж, виделку, ложку. Кількість скляного посуду залежить від асортименту напоїв і може досягати шести найменувань. Усі предмети розташовують на столі до приходу гостей. На стіл ставлять також спеції (сіль і перець) на лінії розташування кришталевого посуду, через один набір посуду, причому, сіль ставлять зліва, перець – справа.

До столового набору кожного учасника банкету зліва за пиріжковою тарілкою варто покласти картку-меню, в якій зазначений порядок подавання страв і напоїв. Якщо на банкеті присутня іноземна делегація, меню повинно бути надруковане на двох мовах – для гостей і улаштовувачів банкету.

Правіше від картки-меню (над закусочною тарілкою) до столового набору кожного учасника банкету (відповідно до плану розміщення гостей) кладуть кувертну картку, в якій указується прізвище, ініціали, а іноді й звання запрошеного.

Чисельність офіціантів під час обслуговування залежить від асортименту страв, включених у меню, і кількості гостей. При обслуговуванні офіційних прийомів на вищому рівні в парі з офіціантом, що подає страви, працює другий офіціант, що подає напої для 6—8 гостей. Три офіціанти можуть обслуговувати 12—16 гостей: два подають страви, один – напої. Якщо страва складна, то один подає основний продукт, другий — гарнір і соус.

Загальний час подавання страв, напоїв, заміни столового посуду і столових наборів при проведенні банкету за столом із повним обслуговуванням офіціантами, не повинен перевищувати 45-50 хв. Для прискорення відпускання страв на роздавальні збільшують кількість кухарів. Це дозволяє в оптимальний термін подати всім гостям страви.

4. Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами

Банкет за столом із частковий обслуговуванням офіціантами носить товариський або сімейний характер і є найбільш поширеним.

Столи при проведенні цього банкету розставляють так, як і при банкеті з повним обслуговуванням офіціантами. Кількість же предметів сервірування столів зменшується.

У меню цього банкету включають різноманітний асортимент холодних страв і закусок, що замовляють по 1/2 порції на кожного учасника, а іноді й 1/4,1/6 порції. Гостям можуть бути запропоновані гарячі закуски і другі страви (1-2 найменування). У меню банкету-обіду включають першу страву. На закінчення подають солодкі страви, фрукти, гарячі напої, кондитерські вироби. При великій кількості учасників банкету офіціантів поділяють на бригади для обслуговування одного або декількох столів. Стіл (столи) у свою чергу можна поділити на сектори, за кожним із яких закріплюють офіціанта.

Офіціанти стежать за порядком на столі, забирають використані набори і тарілки, ставлять перед гостями чисті, забирають зі столу багатопорційний посуд, що звільнився, і пляшки. Заміна посуду здійснюється перед поданням м’ясної закуски, першої, другої, солодкої страв.

Гарячі страви в багатопорційному посуді можуть бути подані гостям в обніс або порціоновані в мілкі столові тарілки індивідуально кожному. У першому випадку перед кожним гостем спочатку ставлять мілку столову тарілку і відповідно столові набори, потім підходять до кожного гостя зліва, наближають блюдо до тарілки гостя і пропонують йому перекласти порцію до себе в тарілку або офіціанти роблять це самі. У другому випадку гарячі страви приносять в однопорційному посуді, підходять до кожного гостя справа і правою рукою (у виняткових випадках зліва лівою рукою) ставлять їх перед гостем. Попередньо стіл сервірують відповідними столовими наборами. Вино наливають перед подаванням чергової страви або ж відразу після її подавання.

Перед подаванням солодких страв зі столу забирають усі зайві предмети, залишають лише фужер, келих для шампанського, мадерну чарку, вази з фруктами. На

середину столу ставлять торти, тістечка, цукерки. Стіл додатково сервірують десертними тарілками і наборами. Завершують банкет поданням гарячих напоїв (кави, чаю).

5. Банкет-фуршет

Для організації банкету-фуршету використовують столи висотою 0,9-1,1 м, шириною - 1,2-1,5 м, довжиною не більш 10 м. Для цього використовують фуршетні столи різної форми, з яких можна компонувати святковий стіл різного розміру та форми (рис. 2.5).

При визначенні загальної довжини столів виходять із нормативу: 1-1,5 м на 6-8 гостей. Фуршетні столи розміщують по-різному: в один ряд, декількома рядами або у вигляді кола, еліпса, квадрата з округленням кутів, а також літер Т, П, Ш тощо.

При цьому центральне, найбільш зручне місце в залі виділяється почесним гостям. Фуршетні столи накривають таким чином, щоб спуск скатертини з усіх боків був 5-

10 см від підлоги. Скатертини стелять на столи після того, як усі вони розставлені і вирівняні. Попередньо столи рекомендується накривати м’якою товстою тканиною, що попереджає биття посуду, усмоктує випадково пролиту рідину. У даний час частіше використовують спеціально зшиті скатертини з довгою оборкою. Причому скатертина, що знаходиться на кришці столу, і оборка, що спускається вздовж крайки, виконані з матеріалу

різного кольору.

Для сервірування столу використовують столовий посуд і набори, загальна кількість яких залежить від чисельності гостей і нормативу на одного гостя, а саме:

Тарілки закусочні 1,5-2
Тарілки пиріжкові 0,5-0,75
Ножі закусочні 0,5
Ножі десертні 0,25
Виделки закусочні 0,75-1
Виделки десертні 0,5-0,75
Фужери 0,75-1
Склянки для соків 0,25-0,5
Чарки 2-2,5

Сервірування фуршетних столів починають із розставляння скляного або кришталевого посуду. Залежно від напоїв, що будуть подані на банкеті, стіл сервірують різними видами чарок і келихів за винятком келихів для шампанського і пива, лікерних і коньячних чарок. Існує декілька варіантів сервірування фуршетного столу скляним посудом. При двосторонньому сервіруванні вздовж фуршетного столу визначають середню лінію, на кінцях котрої, відступивши від краю столу на 10-15 см, складають трикутники з фужерів (10,15 або 21 шт.). Якщо довжина столу більше 7 м, фужери ставлять також і в середині столу двома трикутниками (6-10 шт.) із відстанню між їхніми кутами 15-20см.

За бажанням відвідувача наповнюють чарки коньяком або лікером. Чарки можуть бути наповнені й у підсобному приміщенні. У такому випадку офіціант називає напої, якими наповнені чарки. Банкет-фуршет продовжується 1,5-2 год.

6. Банкет-прийом за типом «шведського столу»

Цей банкет має особливості, характерні для банкету-фуршету. Відмінності полягають у тому, що учасникам банкету дається можливість вибирати не тільки холодні, а й гарячі і солодкі страви, що виставляють на банкетному столі. Температуру гарячих страв підтримують за допомогою пристосувань для підігріву (таганка, морміту і т.д.). Для деяких холодних страв використовують підставки з льодом.

На кожні 50-100 ос. у залі встановлюють фуршетний стіл. На стіл виставляють усі страви або спочатку холодні страви і закуски, потім гарячі й останніми солодкі страви. Перед подаванням солодких страв і фруктів зі столу забирають усе зайве. Усього в меню включають 10-15 найменувань закусок, гарячих і солодких страв.

Якщо банкет триває не менше двох годин і кількість учасників не перевищує 50 осіб, то в залі встановлюють столи на 4-6 ос. із місцями для сидіння. Загальна їх кількість має бути рівна кількості учасників банкету. Столи накривають скатертинами зі спуском 25-30 см і сервірують пиріжковими тарілками, столовими або закусочними ножем і виделкою, фужером, чарками для вина і горілки, келихом для шампанського, полотняними серветками, наборами для спецій, вазочками з квітами. Столи в залі варто встановлювати таким чином, щоб будь-який гість міг вільно проходити, не турбуючи інших.

За бажанням замовника банкету гостей, що сидять за столом, офіціанти обслуговують в обніс, для чого страву беруть із банкетного столу і послідовно пропонують його всім гостям, що сидять за одним столом.

Тарілки під час такого банкету змінюють рідше. Але якщо на тарілці знаходиться частина страви, яку гість не буде їсти, тарілку варто замінити. Тарілки обов'язково змінюють перед поданням десерту. Гостям, що сидять за столом, в обніс пропонують алкогольні напої, а наприкінці банкету гарячі напої. Якщо офіціанти зайняті, то напої в чарки всім учасникам замовники банкету наливають самі.

7. Банкет-коктейль

Розрізняють декілька варіантів цього банкету: банкет-коктейль, бешсет-коктейль-фуршет, банкет-парті. При організації банкету-коктейлю в залі банкетних столів не ставлять,

а обмежуються лише невеликими окремими столиками, розставленими в зручних місцях залу (у стін, колон, у нішах).

На цьому банкеті тарілки і столові набори індивідуального використання не застосовують. Усі закуски, покладені на блюда, а також напої в чарках і келихах на таці пропонують гостям офіціанти, замість виделок гості користуються спеціальними пластмасовими або дерев'яними шпажками, на які наколюють шматочки спеціально приготовлених страв.

Фужери, келихи та інший скляний посуд підбирають з урахуванням кількості учасників банкету та асортименту напоїв.

Для приготування й подавання напоїв використовують крюшонниці з ложками для готування крюшонів та інших змішаних напоїв, глечики для соків, термоси для харчового льоду, шейкери й ін. На банкеті-коктейлі напої подають у різноманітному асортименті: горілка, настоянка, коньяк, лікер, вина, соки, води, коктейлі, шампанське.

За 20-30 хв. до початку банкету бар повинен бути цілком підготовлений, за 10-20 хв. бармен приступає до розливу напоїв. До бармена прикріплюють одного-двох помічників, що підносять протягом вечора відсутні напої, лід, чистий посуд, забирають використаний. В обслуговуванні гостей бере участь бригада офіціантів, чисельність якої визначають із розрахунку 10-15 запрошених на одного офіціанта.

Гостям на банкеті спочатку пропонують напої, потім закуски.

Банкет-коктейль-фуршет. Для організації цього банкету необхідно два банкетні зали: у першому збираються гості, його підготовляють як для банкету-коктейлю; у другому установлюють фуршетні столи, на які подають холодні, гарячі, солодкі страви, фрукти, хліб. Для напоїв у залі або підсобному приміщенні встановлюють один або декілька буфетів-барів.

У першому залі протягом 30-45 хв. гостям пропонують напої так само, як описано раніше, а також канапе, воловани, розтягаї, пиріжки, тарталетки.

Потім гостей запрошують у другий зал до закусочного столу. Офіціанти допомагають гостям узяти закуску, потім гарячу, солодку страву. Поступово, у міру звільнення, відносять використаний посуд. Частина офіціантів обслуговує гостей закусками, а частина обносить гостей напоями (переважно винами), узятими в барі. Наприкінці банкету може бути подана і кава.

Коктейль-парті. Коктейль-парті організовують у вечірній час протягом 1,5-2 год. Його особливість полягає в тому, що гості почувають себе невимушене, більш демократично, ніж при проведенні інших видів банкетів цієї групи, їх не зобов'язують прибути в точно призначений час. На розсуд господаря або організатора заходу у визначений час гостям подають різноманітні напої і закуски. Під час коктейлю-парті головним чином подають канапе, сандвічі.

8. Банкет – чай

Банкет-чай організовують у затишних невеликих залах, у яких встановлюють круглі й овальні столи, а якщо їх немає, то столи квадратної або прямокутної форми, стільці, крісла, напівкрісла, а іноді й дивани.

Якщо число гостей більше восьми, можна накрити декілька окремих столиків (по 4– 10 чоловік за кожним). Чайний стіл або столи ставлять у центрі зали або розміщують з урахуванням його конфігурації. Якщо в залі ставлять декілька чайних столів, то між ними повинен бути забезпечений вільний прохід для гостей і офіціантів. Столи накривають скатертинами і серветками ніжних кольорів і відтінків. Круглий стіл накривають одною спеціально зшитою скатертиною. Можна використовувати і звичайні скатертини, накладаючи їх одна на іншу і підвертаючи кути, що низько звисають.

Чайний (кавовий) стіл при організації банкету-чаю сервірують двома способами: перед гостем ставлять десертні тарілки, на які кладуть полотняні серветки (їх можна покласти і з лівого боку від них); десертні тарілки ставлять проти місця кожного передбачуваного гостя або зліва від нього (15-20 см від краю столу). Серветку кладуть на тарілку або за тарілкою.

Стіл може бути сервований мадерними, коньячними або лікерними чарками, у випадку

ювілею – келихами для шампанського, за склом кладуть фруктові набори. Тарілки для фруктів ставлять на стіл стопками по 4-6 шт.

Самовар ставлять на основний стіл лівіше господині або на підсобний стіл, підставлений до основного столу зліва від її стільця. Порцеляновий чайник із заваркою і чашки ставлять біля самовара.

На стіл можуть бути подані десертні страви, фрукти, кондитерські вироби, бублики, калачі, горіхи, мигдаль, варення, десертні напівсолодкі та напівсухі вина, креми, лікери, коньяки.

Воду в пляшках і фужерах встановлюють на окремому столі. Офіціанти запрошують гостей до накритого столу і допомагають їм сісти, приділяючи найбільшу увагу жінкам, старшим за віком. Спершу гостям пропонують солодкі страви і вина. Страви в креманках на пиріжковій тарілці ставлять перед гостем справа правою рукою. На тарілці ручкою вправо кладуть десертну або чайну ложку.

При подаванні солодких страв в обніс до гостей підходять зліва, наближають блюдо до десертної тарілки, повернувши убік гостя набори для розкладання, і пропонують взяти його частину. За бажанням гостя офіціант це робить сам. узявши в праву руку набори для розкладання.

Після солодких страв подають гарячі напої. Для цього замість використаних перед кожним гостем ставлять чисті тарілки з наборами. Закінчивши сервірування. подають чай, каву, попередньо поставивши на стіл гарячі вершки, молоко і лимон. Чашки з гарячими напоями ставлять на стіл справа від десертних тарілок. Після того як гарячі напої подані, офіціанти пропонують гостям мускат, кагор, лікери, коньяки.

Чашку кави гостям можна запропонувати взяти з таці, попередньо наливши каву. Після наповнення чашок кавою кавник ставлять на стіл. Каву можна долити в ту ж чашку, не знімаючи її зі столу. Чай на столі доливати не рекомендується. При бажанні гостя випити іншу чашку чаю можна налити напій на підсобному столі, бажано в іншу чашку або в ту ж, якщо в ній немає лимона й осаду, і подати гостю.

Чай із самовара наливає господиня, офіціант у цьому випадку допомагає господині подавати чай гостям, що сидять далеко від неї, а також підносить чисті чашки і чайник із заваркою. На прохання господині чай із самовара може наливати офіціант.

Банкет-чай триває не більше двох годин. Обслуговує цей банкет бригада офіціантів, кількість членів якої визначається з розрахунку два офіціанти на 10 гостей.

Лекція Організація кейтерингового обслуговування

1. Класифікація кейтерингового обслуговування.
2. Організація повносервісного кейтерингового обслуговування.
3. Характеристика кейтерингових послуг.
4. Організація обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг.
5. Матеріально-технічне забезпечення кейтерингового обслуговування.
6. Персонал служби кейтерингу.

1. Класифікація кейтерингового обслуговування

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

За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів.

До першої групи належать корпоративні замовники – компанії, що проводять презентації, конференції з наступним фуршетом, а також корпоративні свята і вечірки. Кейтерингове обслуговування є альтернативою організації заходу в ресторані, якщо подібна акція носить масштабний характер і проведення в ресторані проблематично через недостатню

кількість місць.

Друга група замовників – громадські організації, які проводять семінари, конференції, благодійні заходи тощо.

Третя група – приватні особи, що влаштовують сімейні свята (дні народження, весілля, ювілеї та ін.) у себе дома або за його межами.

Четверта група – певні колективи, які вважають за необхідне організовувати для своїх працівників комплексні обіди (сніданки, вечері).

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. З практики відомо, що такий вид сервісу дає можливість замовникам заощадити свої кошти, порівняно з аналогічним обслуговуванням у ресторані.

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

– в приміщенні

– на лоні природи;

– на транспорті.

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

2. Організація повносервісного кейтерингового обслуговування

При прийнятті замовлення сервіс-менеджер узгоджує з замовником час надання послуг, місце проведення заходу і умови, а саме розміщення залу для гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, приміщення для приготування їжі, кондиціювання, аварійних виходів, можливість куріння, екологічні норми.

Для організації виїзного обслуговування різних видів свят ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) має кілька варіантів меню. Згідно з розробленим меню закуповують продукти. На стадії закупівлі продуктів можливі дві схеми роботи із замовником.

У першому випадку замовник сам купує продукти і спиртні напої (це забезпечує можливість заощадити до 30% витрат).

У другому – закупівлею всіх необхідних продуктів займається заклад ресторанного господарства.

Готову продукцію необхідно доставляти на місце проведення заходу за 1-2 години до початку банкету. *По-перше,* готова продукція повинна доставлятися вчасно та без деформувань декорування страв. *По-друге*, вагомості набуває дотримання вимог до строків зберігання сировини та готової продукції. *По-третє,* рекомендується ретельніше підходити до вибору постачальників, які можуть гарантувати високу якість сировини, напівфабрикатів. *По-четверте,* важливе значення має оформлення страв.

При доставці на місце продукція розпаковується у спеціально відведеному приміщенні.

Важливе значення має дотримання особистої санітарії та гігієни виробничим, допоміжним та обслуговуючим персоналом, забезпечення їх спецодягом. Крім того, перед кожним заходом проводиться інструктаж персоналу з техніки безпеки, враховуючи особливості території, на якій організовується банкет.

3. Характеристика кейтерингових послуг

Кейтерингові послуги поділяються на основні та додаткові. ***До основних*** кейтерингових послуг належать: приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів у обслуговуванні; ***до додаткових***: організація культурного дозвілля та дизайнерська робота при оформленні приміщень, де буде проводитись замовлений банкет, прибирання приміщення після банкету тощо. Ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) виконує роль посередника або повністю бере на себе забезпечення основних і додаткових послуг.

Комплексність кейтерингових послуг прямопропорційно 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). Наприклад, якщо готується вечеря на двох, замовнику доведеться оплатити не тільки вартість вечері, а й послуги офіціанта і водія по 15 у.о. за 3-4-годинне обслуговування кожному. При масовому замовленні ці послуги надаються безкоштовно;

– складності меню, програми (сценарію) проведення свята та переліку додаткових послуг.

4. Організація обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг

Обслуговування заходу починається з написання сценарію підготовчих робіт та самого свята з зазначенням часу виконання операції. Кожний захід потребує розробки плану, що дозволяє точно скоординувати роботу офіціантів і барменів.

Обслуговування споживачів починається після того, як підготовка до проведення свята закінчена, столи оформлені і сервовані, обслуговуючий персонал одягнув форму.

Кількість офіціантів, що беруть участь в обслуговуванні, розраховується в такому співвідношенні: один офіціант на 10-15 гостей на банкеті-фуршеті та 6-7 гостей на банкеті за столом. Перед початком заходу менеджер (управляючий) призначає бригадирів офіціантів – 1 бригадир на 5-10 чоловік. Бригадирам пояснюються всі особливості обслуговування, час початку заходу та подавання страв тощо, які вони потім доводять членам своєї бригади. Бригади офіціантів розподіляються по ділянках (секторах) залу, за обслуговування яких вони надалі відповідають. При обслуговуванні офіціанти працюють за загальною схемою: подають страви, стежать за чистотою столів, прибирають використаний посуд. Паралельно в доготівельному приміщенні працюють кухарі, які дооформлюють страви, відпускають їх офіціантам.

Форми обслуговування та особливості їх застосування під час презентацій, свят Ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) може запропонувати замовнику форми банкетного обслуговування: фуршет, «шведський стіл», кава-брейк, банкет з частковим або повним обслуговуванням офіціантами, прийом-коктейль, барбекю на природі.

5. Матеріально-технічне забезпечення кейтерингового обслуговування

Кожний вид кейтерингового обслуговування передбачає наявність певної матеріально-технічної бази, до складу якої повинні входити необхідне обладнання, інвентар та допоміжні засоби у відповідній кількості та номенклатурі. Матеріально технічна база організації виїзного обслуговування включає забезпеченість такими предметами:

– 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 світло апаратура;

– меблі та інше обладнання, тенти і палатки для проведення заходів на природі, а також інше допоміжне устаткування і обладнання.

Після завершення банкету обладнання, меблі, посуд збирають. Перевіряється кількість предметів матеріально-технічного забезпечення, їх стан, визначають кількість битого посуду і скла, поламані 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.

Після санітарної обробки всі предмети матеріально-технічного забезпечення повертають на склад, де комірник їх приймає, фіксуючи кількість і якість інвентарю, посуду, обладнання, меблів. При необхідності планують реставраційні та ремонтні роботи.

6. Персонал служби кейтерингу

Для організації заходу кейтерингова компанія повинна мати кваліфікований персонал (менеджерів, кухарів, офіціантів, барменів, дизайнерів тощо). Мінімальна чисельність штату служби кейтерингу – 2 чоловіки; шеф-кухар та сервіс-менеджер. Весь інший персонал може найматись у міру необхідності для проведення конкретного заходу.

Перед проведенням кейтерингового обслуговування кожний робітник повинен отримати чіткі вказівки щодо своєї роботи для точності та повноти її виконання. Це дозволяє розподілити обов'язки між всіма працівниками та легко підводити підсумки в кінці роботи.

Лекція Організація обслуговування в ресторанах

1. Тематичний концептуальний ресторан.
2. Етнічний ресторан.
3. Препатійний ресторан.

1. Тематичний концептуальний ресторан

Для концептуального ресторану характерним є взаємозалежність між усіма елементами, починаючи з назви ресторану і завершуючи атмосферою, що підсилює значення всіх його характеристик. Концептуальні ресторани поділяються на тематичні і національні (етнічні).

2. Етнічний ресторан

Створення ресторанів, у яких відтворюється культура певних народів, у тому числі й кулінарна, набуло значного поширення. Це ресторани країн Сходу (японські, китайські, тайські), латино-американські (мексиканські, бразильські), Європи (французькі, італійські, німецькі), країн СНД (грузинські, узбецькі) тощо. При їх створенні приділяється увага особливостям національного кулінарного мистецтва, архітектурно-художнього конструювання будівель, приміщень, дизайну, національного посуду тощо. Розглянемо основні підходи до створення етнічного ресторану на прикладі закладу з японською кухнею

3. Препатійний ресторан

Поняття «препатійний ресторан» з'явилося недавно. Він має певні відмінності від інших закладів ресторанного господарства. Pre-party – це те, що відбувається до party (основної вечірки), тобто зустріч, спілкування, аперитив на базі ресторану, де люди вирішують, куди піти далі – найчастіше в нічний клуб, де відбувається основне party. До клубу, як правило, їздять компанією, а компанії треба десь збиратися. Зручним місцем для цього є ресторан, кафе або бар, які знаходяться, скажімо, неподалік від клубу.

Альтернативою ресторану pre-party може бути super-club, який поєднує в одному приміщенні ресторан, в якому можна легко повечеряти перед вечіркою, і клуб, в якому гість залишається на нічну вечірку. В такому закладі вдень забезпечується обслуговування як у ресторані (ресторанна атмосфера), увечері – як у барі (коктейльна атмосфера), вночі – як у клубі (клубна атмосфера). В такому закладі може бути передбачено декілька різнопланових зон, наприклад: на першому поверсі – танцювальний майданчик, а тому створюються умови для шумної вечірки, на другому має переважати розслаблена атмосфера лаунж, на третьому – можливий ще інший варіант «party».

При організації препатійного ресторану важливе значення має вирішення наступних питань: місце розміщення, інтер'єр, меню, стиль обслуговування, музика.

Існує три варіанти розміщення:

– в окремому закладі;

– при клубі;

– поєднання в одній споруді функцій ресторану, pre-party і party зі створенням клубної атмосфери.

Лекція Загальна характеристика дизайну закладів ресторанного господарства

Ресторани і бари за рівнем обслуговування і номенклатурою послуг, що надаються,

поділяються на три класи. Від класу залежать вимоги до інтер'єру зали:

– « люкс» – вишуканість, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг;

– «вищий клас» – оригінальність, використання оригінальних декоративних елементів (світильників, драпіровок і т.ін.), комфортність;

– «перший клас» – гармонійність, комфортність.

В інтер'єрі кафе використовують декоративні елементи, що створюють єдність стилю.

Інтер'єр закладів ресторанного господарства – це своєрідний ансамбль, в якому взаємна відповідність окремих елементів пов'язана єдиним задумом архітектора. Єдність стилю в інтер'єрі досягається співвідношенням об'ємно-просторового вирішення, колірної композиції, прийомів освітлення і декоративних елементів. З вирішенням інтер'єрів має бути органічно пов'язане оформлення технологічного, торгового і холодильного устаткування в закладі, стиль меблів та посуду.

Одним із важливих прийомів у вирішенні сучасного інтер'єру ресторану, бару є поділ простору торгівельного залу на окремі зони та сектори. Для цього використовують розсувні стіни, невисокі перегородки, квіткарки.

При оформленні приміщень ресторану враховуються його назва, національна кухня, особливості обслуговування та інші чинники. До інтер'єру висуваються певні вимоги. Матеріали, які використовують при оздобленні приміщень, мають бути міцними, м'якими, вогнестійкими, легко очищуватися від пилу та піддаватися дезінфекції, мати добрі ізоляційні та акустичні властивості.

В оформленні залів широко застосовують синтетичні оздоблювальні матеріали, цінні породи дерева та метал. У їх конструкції використовують декоративні підвісні стелі та стіни із матеріалів, що поглинають звук, а для покриття підлоги – полімерні матеріали, паркет та килимові покриття на синтетичній основі.

Функціональним елементом в інтер'єрі підприємств є меблі, а також різні грати, екрани, які закривають опалювальні столові набори, вентиляцію, виробничі входи і ін. В інтер'єрі залу ресторану (бару, кафе) має значення танцювальний майданчик, естрада. У ресторані норма площі для них складає 0,15 м2 на одне місце; глибина естради – від 3 до 8 м. Світло в інтер'єрі залу. Світло має велику психологічну дію. Воно здатне «зробити» зал просторішим, затишнішим, може сприяти гучному пожвавленню в залі або налаштовувати на спокійне спілкування. Освітлення може бути загальним, місцевим і змішаним. При загальному освітленні світильники розташовують під стелею, при цьому вони рівномірно освітлюють весь зал. У залах з високими стелями зазвичай використовують красиві люстри, при низьких стелях – витончені плафони.

До місцевого освітлення відносять систему освітлення окремих столів, ділянок залу, а також елементів оформлення і устаткування. Для індивідуального освітлення столів та барної стійки застосовують настільні лампи і бра. Це дає можливість яскравіше виділити естраду або зону для танців. Застосовується така світломузика, підсвічування фрагментів поверхонь стін, підлоги, прикрас. Змішане освітлення передбачає одночасне використання двох систем, тобто зали ресторану повинні мати і природне освітлення. Коефіцієнт освітленості має бути не менше 1:6. Колір в інтер'єрі. У композиції інтер'єру залів важливу роль відіграє і колір. Від вдалого колірного вирішення, як правило, залежить емоційний настрій відвідувачів. На виборі колірної гамм частіше за все позначається орієнтація на сторони світу. При північній і східній приміщення здаються похмурими, а тому необхідна тепла гама, при південно-західній переважає застосування холодної.

Психологи стверджують, що багатоколірне, надто насичене яскравими тонами вирішення інтер'єру може створити у відвідувачів відчуття неспокою, а присутність лише одного кольору породжує нудьгу. До того ж слід враховувати, як колірне середовище сприйматиметься при штучному освітленні.

Температурний режим залу. Одним із важливих завдань архітектурно– планувального вирішення залів полягає у забезпеченні найбільш сприятливої температури в ньому (16-18°С)

і відносної вологості повітря (60-65%). Спеціальні пристрої запобігають притоку повітря з виробничих цехів, особливо з гарячого. У літню пору із зовнішнього боку над вікнами підвішують козирки або використовують жалюзі на вікнах.

Вентиляція залу. Комфорт у залі значною мірою залежить від правильно влаштованої вентиляції, яка очищує повітря від надміру тепла та вологи. У ресторанах і барах «люкс» вищого класу застосовується система кондиціювання повітря з автоматичним підтриманням оптимальних температури і вологи, в інших підприємствах температурний режим підтримується вентиляцією. Для сучасних ресторанів характерна наявність в ресторанних залах барів. При правильному плануванні вони органічно вписуються в загальну групу торгівельних приміщень і разом з тим є індивідуальними по дизайну, обладнанню й оформленню. Обов'язковою умовою є зручне розташування залу з виробничими та іншими приміщеннями торгівельної групи, що значною мірою сприяє прискоренню обслуговування і підвищенню його культури

Лекція Організація постачання. Організація виробництва у закладах ресторанного господарства

На великих фірмах та підприємствах ресторанного господарства, незалежно від виду власності, створюються відділи постачання, на невеликих підприємствах призначається працівник, відповідальний за організацію постачання. Відділ постачання, як правило, працює самостійно, виконуючи певні функції. При логічному підході до роботи підприємства служба постачання є елементом системи, яка забезпечує проходження матеріального потоку в ланцюзі постачання: виробництво – збут.

Логістика – це планування, організація і контроль всіх видів діяльності з переміщення матеріального потоку від пункту закупівлі сировини до пункту кінцевого споживача. Забезпечення високого ступеня узгодженості дій з управління матеріальними потоками між службою постачання і службами виробництва і збуту є завданням логічної організації підприємства в цілому.

Для забезпечення підприємства продовольчими продуктами необхідно вирішити такі завдання: 1) що закупити; 2) скільки закупити; 3) у кого закупити; 4) на яких умовах закупити.

Крім того, необхідно: 1) укласти договір; 2) проконтролювати його виконання; 3) організувати доставку; 4) організувати складування і зберігання.

На підприємствах ресторанного господарства повинен формуватися список потенційних постачальників, який постійно обновлюється та доповнюється.

Цей перелік аналізується на підставі спеціальних критеріїв. Часто при виборі постачальників обмежуються ціною і якістю продукції, а також надійністю постачання.

До інших критеріїв, які беруть до уваги при виборі постачальника, відносять наступні:

– віддаленість постачальника від споживача;
– терміни виконання замовлень;
– організацію управління якістю у постачальника;
– фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність та ін.

Кожне підприємство повинне підвищувати ефективність руху товару (рух матеріального потоку).

Технологічний процес руху товару на підприємствах ресторанного господарства, його характеристика

Рух товару – транспортування товарів від місця їх виробництва до місця споживання.

Основні принципи руху товару:

– оптимальний ланцюг руху товару;
– ефективність використання транспортних засобів;
– ефективність використання торговельно-технологічного устаткування;

– скорочення кількості операцій з товаром.

Кількість операцій з товаром залежить від схеми руху товару (рис. 24).

Форми і способи руху товару. Транспорт для постачання товару і вимоги до нього Існує таке поняття, як складський ланцюг, тобто через скільки складів проходить товар на шляху його руху від виробництва до споживача. Наприклад: товар зі складу виробника транспортується на склади вихідних фірм, потім на торговельно-закупівельні фірми, а далі товар транспортується на склади торгових фірм та склади споживача.

При такій схемі товар проходить не менше чотири склади, що може призвести до погіршення якості товару. Така форма постачання називається складською. При ній забезпечується краща комплектність сировини та товарів.

Транзитна форма постачання передбачає прямі зв'язки постачальник-підприємство, минаючи проміжні оптові фірми.

Для швидкопсувних, а також великих за обсягом товарів (борошно, цукор, макаронні вироби і т. д.) використовується транзитна форма, для не швидкопсувних – складська, а в більшості випадків застосовується змішана форма постачання.

Доставка продуктів здійснюється централізованим і децентралізованим способами.

Централізована доставка товарів на підприємства здійснюється силами і засобами постачальників. При централізованій доставці підприємство звільняється від необхідності мати свій транспорт.

При децентралізованій доставці вивезення товарів від постачальників забезпечує безпосередньо саме підприємство, використовуючи власний транспорт.

Зі способами доставки тісно пов'язані і маршрути завезення продуктів. При децентралізованій доставці продукти доставляються на підприємство тільки лінійними (маятниковими) маршрутами, а при централізованій – переважно кільцевими маршрутами, тобто на одній машині товар доставляється на декілька підприємств відповідно до графіка і розробленого маршруту. Для великих підприємств при цьому застосовуються маятникові рейси. Кільцевий маршрут дозволяє більш повно використовувати вантажопідйомність транспорту, скоротити транспортні витрати, прискорити повернення тари.

Важливу роль в просуванні товару виконує транспорт. Транспортні організації в процесі пересування товарів повинні забезпечити:

– збереження вантажу при транспортуванні;

– своєчасну доставку;

– дотримання правил завантаження і транспортування;

– ефективне використання транспортних засобів.

Для перевезення продовольчих товарів використовується спеціалізований транспорт, що має маркіровку «Продукти». Кузови таких машин зсередини оббиваються оцинкованим залізом або листовим алюмінієм. На кожну машину, призначену для перевезення продуктів, мас бути санітарний паспорт, виданий установами санітарно– епідеміологічної служби. Особливо швидкопсувні продукти перевозять ізотермічним транспортом і тим, що має камери охолодження.

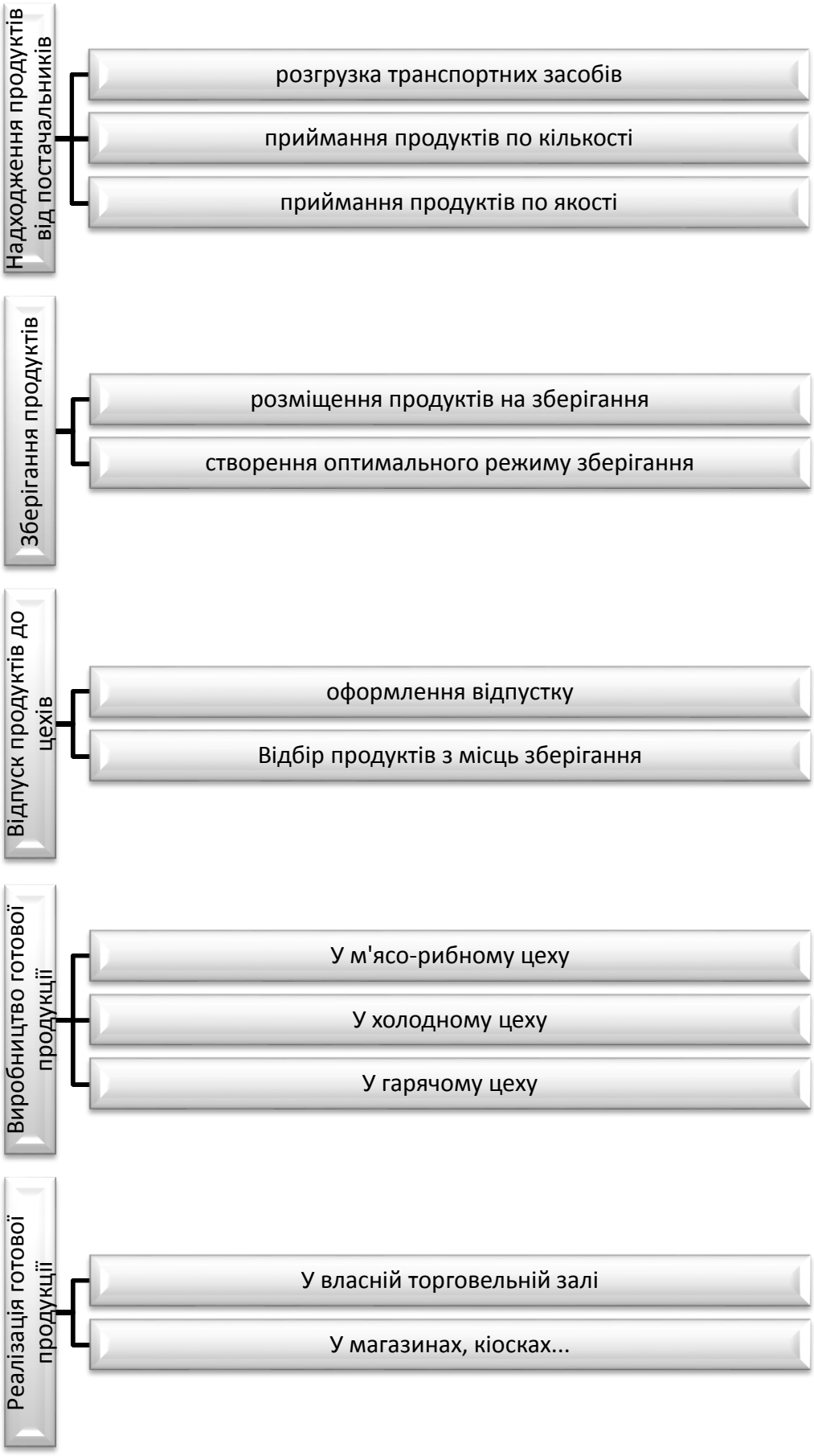


Рис. 24. Технічний процес руху товарів.
Джерело: складено авторами.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. ДСТУ 3862-99 «Громадське харчування. Терміни та визначення». 8. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» (затв. Держспоживстандарт України від 01.07.04).

2. ДБН В 2.2-25:2009 «Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства)». Наказ регіонального розвитку та будівництва України від 30.12.2009 № 703. Дійсний з 01.09.2010 р.

3. Правила, регулюючі порядок роботи ресторанів, кафе. URL: http://www.empirem.com.ua/articles-rulesforresurants.php

4. Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 03.01.2003 № 2. URL: https://ips.ligazakon.net/document/ME03006

5. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування (Наказ №219 від 24.07. 2002 р. Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України).

6. Наказ Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції Українивід03.01.2003 р., № 2. «Рекомендовані норми технічного оснащення закладів ресторанного господарства».

7. Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи і підприємства, що виробляють м'яке морозиво (СанПін 42-123-5777– 91): URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0001400-91#Text

8. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. 3-тє вид. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 280 с. ISBN 978-611-01-1698-5.

9. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 280 с. ISBN 978-611-01-0935-2.

10. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 244 с.

11. Бондаренко І. В. Організація виробництва та оснащення в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2020. 220 с. ISBN 978-966-2609-44-4.

12. Бориславський І.О. Проблеми функціонування концептуальних готелів України в умовах соціально-економічної нестабільності. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*, (44), 474-484. Retrieved із https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1650. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15622679

13. Бориславський І.О. Гібридні бізнес-процеси управління готелями у період воєнного стану. *СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ"* 2025. 2 (47). DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.47-16 URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://easterneurope-ebm.in.ua/journal/47_2025/18.pdf

14. Бориславський І.О. Зміни моделювання бізнес-процесів готельного господарства в умовах економічних змін в Україні. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. №15. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15276469. URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/776

15. Бориславський І.О. ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ УКРАЇ*НИ: СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ЧАСУ. Бізнес-навігатор.* 1(84). 2026. URL:https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-47

16. Іванов А.М. Рекреація і туризм: стратегія сталого розвитку: монографія. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т. 2025. 496 с. ISBN 978-966-918-212-8 (25,63 д.а.)

17. Іванов А.М. Управління в сфері туризму та ТРК: світовий на національні аспекти. Монографія. Одеса: НУ «ОМА». 2025. 368 с. ISBN 978-617-7857-40-1 (21,39 д.а.)

18. Ivanov A.M., Tkachenko T.I. Activation of investment activities at trk enterprises. *ScientificWorldJournal.* No34, 2025. PP. 53-71. DOI:10.30888/2663-5712.2025-34-03-030

19. Іванов, А. М., Бориславський, І. О. Трансформація моделей управління готельно-ресторанними підприємствами України. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. (16).

20. Іванов А.М., Бориславський І.О. Особливості застосування бізнес-процесів у готельному господарстві. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті.*

2022. 3(80). С.124-138. DOI: https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-3-124-138
21. Каталог обладнання для підприємств харчування і торгівлі. URL: www.assari.com.ua/katalog.html
22. Kulinich Tetiana 1, Prosovych Olha 2, Ivanov Andrii 3, Hrabar Maryna 4, Zhayvoronok Illya 5. (2026). Concerning the issue of developing a strategic toolkit for the harmonious development of tourism and hotel-restaurant enterprises. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, *1*(66), 556-573. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.66.2026.5038
23. Мироненко Н. С. Організація харчування та обслуговування туристів : навч. Посіб Київ : Центр учбової літератури, 2020. 200 с. ISBN 978-611-01-1407-3.
24. Організація готельно-ресторанного господарства : навч. посіб. Херсон : ХДАУ, 2022. 148 с. URL: https://lib.mnau.edu.ua/info5/2022/gotel-2022-web.pdf.
25. Організація та моделювання процесів розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Монографія. Одеса: ОНМУ. 2019. 283 с. ISBN 978-966-7716-86-8
26. Павлюченко О.С., Гавриш А.В., Шаран Л.О. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства. навч. посіб. НУХТ. Київ : НУХТ, 2017. 227 с.
27. Паска М.З. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Л.:ЛДУФК ім. І. Боберського, 2022. 212 с.
28. П'ятницька Н. О. «Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства» К.: КНТЕУ, 2006. 632 с.
29. П'ятницька Н. А, П'ятницька Л. П. Менеджмент у громадському харчуванні. Київ: КНТЕУ, 2002. 706 с.
30. Сусол Н. Я. Організація виробничої діяльності в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Львів : Галицька видавнича група, 2021. 264 с.
31. Факторіальні складові розвитку туристичного і готельно-ресторанного бізнесу. Колективна монографія. Київ: ФОП Гуляєва В.М. 2022. 270 с. ISBN 978-617-7901-58-6
32. Черевко О.І., Малюк Л.П., Дейниченко Г.В. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. Харків: ПКФ «Фавор ЛТД», 2003. 440 с.

Навчальне видання

Організація ресторанного господарства (частина 1)

Конспект лекцій

Укладачі: Іванов Андрій Миколайович,
Бориславський Ігор Олегович

Формат 60×84/16. Папір офсет.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 3,8.
Тираж 50 прим.
Надруковано у видавничому відділі Одеського національного морського університету
54020, м. Одеса, вул. Мечникова, 34
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №4490 від 20.02.2013 р.