

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ФАКУЛЬТЕТ

«СЕРВИС И ТУРИЗМ»

КАФЕДРА

**«ОБСЛУЖИВАНИЯ, СЕРВИСА И ЕГО
ОРГАНИЗАЦИИ»**

«Допускается к защите»

Заведующий кафедрой, доцент

И.Х. Шукуров

Протокол № от----- 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Студента группы ХС-214

ДЖАЛИЛОВА ДАВЛАТА

**по теме: «Совершенствование деятельности работы ресторана при
гостинице “Зилол-Бахт” по обслуживанию населения»**

Научной руководитель:

доцент Каримов М.

САМАРКАНД – 2018 г

ВВЕДЕНИЕ

Предприятия питания представляют собой крупную, широко разветвленную отрасль народного хозяйства со своими специфическими особенностями, которые вместе со здравоохранением, социальным обеспечением населения и торговлей решает важные социально-экономические задачи.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг, хозяйственная деятельность предприятий требует постоянного развития, совершенствования и обновления. Предприятия самостоятельно разрабатывают стратегию и тактику своей направленности на основе маркетинговых исследований рынка, внедрения инновационных достижений научно-технического прогресса, новых технологий, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

Указ Президента Республики Узбекистан « Стратегия действия по пяти приоритетными направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах» развития и либеризации экономики является одним из приоритетных направлений.. В нем указывается ускоренное развитие сферы услуг, повышение роли и доли услуг в формировании валового внутреннего продукта, кардинальное изменение структуры предоставляемых услуг, прежде всего за счет современных высокотехнологичных видов услуг.¹

За последнее время значительные изменения в сфере потребительского рынка привели к полной самостоятельности субъектов хозяйствования, иным взаимоотношениям между ними и органами государственной власти. Также, изменились и подходы к требованиям в организации общественного питания.

Продукция общественного питания — это пища, уже готовая к употреблению, или полуфабрикат, требующий незначительной доработки,

¹ Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» Национальная база данных законодательства, 16.10.2017 г., № 06/17/5204/0114)

которая чаще всего не предназначена для длительного хранения, поэтому ее необходимо немедленно реализовать. Для решения этой задачи общественное питание производственную функцию гармонично сочетает с функцией реализации, т. е. немедленной продажей произведенной продукции, для чего в своей системе оборудует специальные залы. Кроме собственной продукции в залах продаются покупные товары, которые не проходят дополнительной обработки по изменению свойств продукта, а реализуются в том состоянии, в котором поступили на предприятие.

Поскольку выпускаемая продукция готова к употреблению, то общественное питание организует в залах места для ее потребления и обслуживает их.

Производство, реализация и организация потребления продукции общественного питания и покупных товаров является отличительной особенностью отрасли, уникальность которой заключается в том, что продуктом торга выступает не столько сама продукция, а скорее услуга по ее изготовлению, услуга по организации продажи и обслуживанию покупателей в местах употребления пищи.

Указанными положениями объясняется актуальность темы дипломной работы, посвященной совершенствованию деятельности работы ресторана при гостинице «Зилол-Бахт» по обслуживанию населения.

Цель дипломной работы — дать оценку системы обслуживания на предприятии питания, на примере ресторана «Зилол-Бахт» и наметить пути совершенствования процессов обслуживания.

Объектом данного исследования является ресторан при гостинице «Зилол-Бахт».

Предметом исследования является оценка системы обслуживания в ресторане при гостинице «Зилол-Бахт».

В рамках поставленной цели решались следующие задачи:

- анализ литературных источников по теме исследования;

- изучение деятельности работы ресторана при гостинице “Зилол-Бахт” по обслуживанию населения;
- совершенствование деятельности работы ресторана при гостинице “Зилол-Бахт” по обслуживанию населения.

Методологической и теоретической основой работы послужили: нормативно-правовые документы, труды отечественных и зарубежных ученых, материалы и статьи в открытой и специализированной печати, посвященных маркетингу сферы услуг, обслуживанию на предприятиях общественного питания.

I. ГЛАВА. Литературный обзор

1.1 Характеристика и классы ресторанов

Ресторан – предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные блюда, винно-водочные, табачные и кондитерские изделия с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.²

Класс предприятия общественного питания – совокупность отличительных признаков, характеризующая качество предоставляемых услуг и условия обслуживания.

Рестораны по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса: люкс, высший и I классы.

Рестораны класса «Люкс» располагаются в центрах городов-миллионеров, в местах архитектурных, исторических памятников и заповедных зонах Узбекистана, где чаще всего бывают иностранные туристы. В ассортименте продукции собственного производства должно быть не менее 80% фирменных блюд (оригинальных, изысканных), широкий выбор заказных фирменных напитков, кондитерских изделий, алкогольной продукции.

В ресторане «люкс» применяется фирменная посуда (фарфор) с товарным знаком, столовое белье, скатерти, салфетки и т.д. меняются после каждого потребителя. Мебель заказывается по индивидуальным дизайнерским проектам на мебельных фабриках или закупается за рубежом. Стекло сортовое (художественное оформление с рисунком) на банкетах используется хрусталь и мельхиор. Интерьер зала изыскан и создан по специальным индивидуальным заказам, на стенах зала могут висеть гобелены и картины известных художников. Высокий уровень

² Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания. М.: и Академия, 2006.

комфорта в таких ресторанах создается кондиционированием, которое обеспечивает автоматическую поддержку заданных параметров температуры и влажности воздуха. Для индивидуальных и интимных бесед должны быть кабинки. В холле и вестибюле устанавливаются столы, диваны, банкетки с мягким покрытием, в обеденном зале - кресла мягкие с подлокотниками. Меню и прейскурант содержит фирменный знак, печатается на национальном, русском и английском, французском и немецком языках, выполненные только типографским способом, обложка из мелованной бумаги, красочно оформленная, или сделанная из кожзаменителя (или натуральной кожи), обязательно с эмблемой. Ресторан должен иметь печатную рекламу: буклеты, карточки, пригласительные билеты. Обслуживание официантами не менее 4 и 5 разрядов, форменная одежда с эмблемой и обувь. Только живая музыка в виде ВИА, выступления солистов со специальным музыкальным образованием. Для таких ресторанов обязательна световая (неоновая) реклама. Кроме традиционных помещений для потребителей обязательно наличие банкетного зала, туалетной комнаты, аванзала, дамской комнаты, помещения для мытья рук и курительной комнаты.

Ресторан «высшего класса» характеризуется оригинальностью интерьера, выбором услуг, комфортностью, разнообразным ассортиментом оригинальных, изысканных блюд и фирменных изделий, которых должно быть не менее 50% от общего числа блюд. Широкий выбор фирменных и заказных блюд.

Внешний вид и, в частности, реклама такая же, как и у ресторанов класса «люкс» (световая с элементами художественного оформления), однако здесь не используются декоративные элементы, зал оформляют изысканными оригинальными элементами (светильники, драпировки). Обязательно наличие эстрады и танцплощадки, отдельного банкетного зала и кабинок, наличие системы кондиционирования. Мебель в холле и в залах, как и у ресторанов класса «люкс». Посуда и приборы,

столовое белье допускаются без фирменных знаков, но обязательна смена столового белья после каждого обслуживания. В специальных ресторанах высшего класса допускаются столы с полиэфирным покрытием, допускается замена скатертей индивидуальными салфетками из ткани. Оформление меню и прейскурантов аналогично классу «люкс», а также наличие печатной рекламной продукции. Возможно выполнение особых пожеланий потребителей по изготовлению блюд на виду. Те же требования к одежде и обуви, музыкальному сопровождению (ВИА и солисты), к наличию особых помещений для потребителей (туалетные комнаты, курительная).

Рестораны первого класса отличаются гармоничностью, комфортностью, широким выбором услуг и ассортиментом заказных и фирменных блюд, которых должно быть не менее 20% от общего числа блюд. Здесь применяется обычная вывеска, могут отсутствовать изысканные декоративные элементы, однако, используются оригинальные элементы в оформлении (светильники, драпировки, новые пластиковые материалы) аналогично «высшему классу».

Допускается отсутствие танцплощадки и эстрады, система приточно-вытяжной вентиляции (вместо кондиционирования).

Стол с полиэфирным покрытием, стулья полумягкие, вместо полумягких кресел в классах «люкс» и «высшего класса», предусматривается наличие столов двух-, трех- и шестиместных. Приборы из нержавеющей стали, столовая посуда полуфарфоровая, сортовая выдувная. В специальных ресторанах допускается посуда из керамики и дерева. Скатерти белые или цветные (в специальных ресторанах допускаются салфетки индивидуального пользования вместо скатертей), салфетки индивидуального пользования полотняные, при отпуске комплексных обедов могут использоваться бумажные салфетки. Смена столового белья по мере загрязнения.

Ассортимент допускает отсутствие фирменных блюд, меню печатается на национальном и русском языках, простая обложка с эмблемой или рисунком. Возможно отсутствие печатной продукции и выполнения особых пожеланий потребителей на виду у них. Одежда у официантов может быть не фирменная, без эмблемы, допускаются любые виды музыкального обслуживания с использованием музыкальных автоматов, звуко- и видеовоспроизводящей аппаратуры. Нет курительной комнаты.

Кроме классификации по уровню обслуживания рестораны можно классифицировать на **сетевые и независимые**.

Сетевые рестораны принадлежат крупным торгово-финансовым или торгово-промышленным группам, управление осуществляется из единого центра, имеют централизованное снабжение продовольственным сырьем, полуфабрикатами, одинаковое стандартное меню, с относительно ограниченным ассортиментом.³

Создание сети ресторанов отвечает международной тенденции в ресторанном бизнесе, так как существенно минимизирует издержки производства за счет централизованного снабжения, корпоративного стиля управления, стандартизированного меню и целевых рекламных акций.

Особой разновидностью сетевых ресторанов являются **вагоны-рестораны**, курсирующие в составе пассажирских и скорых поездов.

Вагоны-рестораны имеют зал для приема пищи, производственные помещения, обслуживание осуществляется официантами. Такие рестораны обслуживают поезда с продолжительным нахождением в пути более суток.

Купе-буфет организуют в поездах с продолжительностью рейса менее суток. Занимает 2-3 купе вагона, имеет торговый зал и подсобные помещения, разделенные стенкой со стойкой-витриной, оснащается

³ Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов . М.: Новое знание, 2008

холодильным оборудованием, подвагонными ящиками. Основной ассортимент: колбасные и копченые мясопродукты, кисломолочная продукция, горячие напитки, дорожные наборы, фрукты. Обслуживает пассажиров буфетчик. Разносной торговлей занимается официант-разносчик.

Аналогичным образом организовано ресторанное обслуживание на пассажирских **судах речного и морского флота**. Отличие ресторанов на судах благодаря технологическим возможностям имеют более разнообразный ассортимент продукции собственного производства. Мировой тенденцией для ресторанов на судах является организация их функционирования в составе крупных развлекательных комплексов на плаву, куда входят коктейль-бары, кафе.

Для независимых ресторанов характерна организационно-хозяйственная обособленность. Такие рестораны самостоятельно выбирают тактику и стратегию поведения на ресторанном рынке, наделены правами юридического лица, ориентированы на целевую аудиторию потребителей, обладают большой гибкостью в возможностях приспособиться к изменению текущей конъюнктуры: ценовая политика, меню, широта и разнообразие ассортимента.

Для независимых ресторанов характерна тематическая и типологическая направленность.

Тематическая направленность ресторана отражает избранную ресторатором концептуальную идею (тему). В качестве темы исторический, литературный, этнографический, кинематографический или иной сюжет или факт.

В Узбекистане в отличие от зарубежных стран ресторан – это, прежде всего, развлечение, праздник, феерия. Для россиянина это редкое, дорогое и необычное зрелище. За границей поход в ресторан дело обыденное и общепринятое, а частое посещение ресторана – это бытовой уклад.

В силу узбекских особенностей в столице и крупных городах в тематических ресторанах происходит трансформация ресторана в современную, развитую форму развлекательного комплекса. Под общей крышей комплекса объединяются 1-2 ресторана, ночной клуб, дискотека, эротическое шоу. Средством привлечения потребителей служит какая-либо шоу-программа.

Для гостей предусматривается автостоянка, зал особо важных персон (VIP). Потребители имеют клубную карту. В качестве культурно-развлекательной программы предлагаются встречи с известными артистами эстрады, кино, сатириками и юмористами.

Типологические рестораны представляют классический образ ресторана; но они в свою очередь классифицируются следующим образом:

- ресторан, куда приходят вкусно поесть;
- ресторан-клуб, где гостя ждет не только вкусная еда, но и общение людей по интересам. Здесь имеются членские карточки, которые дают право бесплатного входа и одного приглашенного гостя, им предоставляется преимущество в выборе столика;
- ресторан-шоу, где гостю предлагается участие в культурно-развлекательной шоу-программе (песни, танцы, чтение стихов и т.д.)
- ресторан-престиж (элитарный) класса, куда гость приходит для того, чтобы показать своим сотрапезникам свою респектабельность и принадлежность к определенному классу.

Кроме **классификации по уровню комфорта** (люкс, высший класс, I класс) и деления на тематические и типологические рестораны классифицируются:

- по ассортименту реализуемой продукции, т.е. имеется в виду предметная специализация: ресторан рыбный, пивной, с национальной кухней или кухней зарубежных стран;

- по месту расположения – рестораны городские, загородные, при гостиницах, в зоне отдыха, в пути следования.

Городские рестораны располагаются не только в черте города и работают в строго определенные и согласуемые с местной организацией часы.

Загородные, национальные, тематические рестораны располагаются в заповедных зонах, излюбленных местах отдыха населения. Ассортимент устанавливается индивидуально при условии, что его основу составляют фирменные блюда и изделия.

Рестораны при гостиницах располагают на первых этажах гостиничного комплекса или пристраивают таким образом, что из холла гостиницы можно попасть проживающим в ней в ресторан. Кроме этого должен быть вход с улицы. Кроме залов ресторана имеются кафе и поэтажные буфеты.

Рестораны для автотуристов располагаются возле шоссе или крупных автостоянок и предназначаются для автомобилистов, иногда нежелающих покидать автомобиль.

1.2. Система обслуживания в ресторанах

Реализация готовой продукции и организация ее потребления является конечной целью производственного процесса на предприятиях общественного питания.

Функции реализации и организации потребления продукции общественного питания составляют понятие «**обслуживание**».

Процесс обслуживания потребителей — это совокупность операций, которые выполняются исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг во время реализации кулинарной продукции и организации досуга.

При обслуживании готовая кулинарная продукция доводится до ее потребителя, проходя такие операции, как хранение в местах реализации, порционирование, комплектация и отпуск потребителю.

Основными задачами организации обслуживания являются:

- максимально полное удовлетворение потребителей услугами общественного питания, относительно: места работы, учебы, места жительства и отдыха населения;
- использование наиболее экономичных для предприятия и удобных для населения форм и методов обслуживания;
- качественно приготовленная пища, развитый сервис и культура обслуживания в пунктах питания;
- строгое соблюдение правил торговли;
- внедрение инновационных форм и методов обслуживания населения, использование передового отечественного и зарубежного опыта.

Вместе с тем, выполнение всех перечисленных задач должно обеспечивать экономический интерес владельца и наемных работников. В конечных результатах своей деятельности приносить прибыль для дальнейшего развития отрасли.

Согласно ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания», в зависимости от способа реализации потребителям продукции общественного питания и организации ее потребления подразделяют⁴:

1. Самообслуживание. Гости самостоятельно получают блюда на раздате и оплачивают их стоимость. При таком методе увеличивается скорость процесса отпуска пищи и ускоряется пропускная способность зала, значительно сокращаются затраты предприятия по обслуживанию потребителей.

Делится, в зависимости от участия персонала в обслуживании, на:

- полное (посетители самостоятельно выбирают блюда, осуществляют заказ, производят оплату по счету, самостоятельно получают блюда и напитки, доставляют их за обеденный стол, затем убирают за собой использованную посуду);

- частичное (большую часть операций выполняет обслуживающий персонал, также производит накрытие стола; при этом потребители разливают в тарелки первые блюда из супниц, заранее выставленные на столы, и убирают использованную посуду на конвейер).

2. Обслуживание потребителей официантами. Данный вид обслуживания характерен для ресторанов, баров, кафе, специализированных предприятий и закусочных, а также, некоторых столовых (диетических, комплексов отдыха и т.д.). Процесс обслуживания посетителей, начиная с их встречи и заканчивая расчетом, осуществляется официантом.

Обслуживание официантами в зависимости от степени участия персонала в обслуживании потребителей и организации потребления продукции подразделяют на:

⁴ ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания»

- полное обслуживание официантами. Все операции продукции собственного производства и покупных товаров, доставка их в зал и подача на обеденный стол, обслуживание за столом, уборка посуды и расчет;

- осуществляется официантами. Такой метод обслуживания характеризуется высокой культурой обслуживания и применяется на предприятиях класса люкс. Высокое качество обслуживания в течение всего времени работы зала, а также, при проведении банкетов и приемов;

- частичное обслуживание официантами. При таком методе обслуживания, официанты доставляют продукцию с раздаточной в зал, ставят блюда на стол, за которым посетители обслуживают сами себя. Такая форма позволяет ускорить процесс обслуживания посетителей, увеличить пропускную способность зала и ускорить численность обслуживающего персонала.

3. Обслуживание потребителей за стойками. Обслуживание барменами за барной стойкой, при котором потребитель может наблюдать за приготовлением напитков барменом, а также, обслуживание поварами за стойкой, при котором потребитель может наблюдать за приготовлением блюда.

4. Обслуживание потребителей при доставке продукции общественного питания по их заказам и др.

Обслуживание при доставке продукции общественного питания потребителям по их заказам осуществляют в следующих формах:

- обслуживание потребителей в пути следования пассажирского железнодорожного, водного, воздушного и других видов транспорта;

- обслуживание потребителей в номерах гостиниц и других средств размещения ("room-service");

- кейтеринг (выездное обслуживание), в т.ч. банкетное обслуживание потребителей: корпоративный и событийный кейтеринг, обслуживание семинаров, конференций, спортивных мероприятий и пр., обслуживание

потребителей на рабочих местах, в офисах, на дому, в зонах отдыха и в любых других подходящих местах.

Выделяют пять основных видов кейтеринга⁵:

- **в помещении.** Помимо организации стола, гостю предлагается соответствующим образом оборудованное помещение, которое может быть использовано для проведения различных мероприятий. Помещение для такого вида кейтеринга называется банкетным залом;
- **вне помещения** (например, в помещении клиента) - это обслуживание на территории заказчика в соответствии с его пожеланиями. Здесь наиболее свойственным примером являются компании по доставке пиццы. Основная масса компаний, занимающихся данным видом кейтеринга, готовят продукты на специальных кухнях, которые им принадлежат или арендуются, а вслед затем, доставляют заказ к месту проведения мероприятия;
- **контрактный (разъездной)** – потребителям предлагаются полуфабрикаты, изготовленные на пищевом предприятии. Они доставляются к месту конечной обработки, где доводятся до кондиции и продаются. Договор на поставку пользуется популярностью на строительных, съемочных площадках, в офисных компаниях, где требуется обеспечить питанием группу людей. Поскольку оборудование, используемое для приготовления полуфабрикатов в походных условиях, довольно дорогостоящее, этому виду кейтеринга требуются определенные вложения;
- **социальный (независимый или индивидуальный)** - процесс приготовления продукции происходит на территории и оборудовании заказчика под его контролем. Данный вид кейтеринга считается наиболее простым и нередко рассматривается как начальный этап в таком бизнесе;
- **розничный** - обслуживание заключается в доставке запечатанных в целлофан подносов или пакетов, с заранее приготовленными завтраками или обедом.

⁵ Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания. М.: и Академия, 2006.

По способу расчета выделяют следующие методы:

Саморасчет. Применяется на предприятиях, с постоянным кругом питающихся, осуществляется без кассира и основан на обоюдном доверии. Для сбора средств устанавливается настольная касса, мелкие деньги для получения сдачи. Наблюдение за работой столов саморасчета осуществляет буфетчик основного буфета или специально выделенный работник.

2. Предварительный расчет. Посетитель, ознакомившись с меню, приобретает в кассе, расположенной в вестибюле, чеки на питание.

3. С непосредственной оплатой стоимости блюд, последующий расчет. Стоимость поданных блюд и напитков оплачивают в конце обслуживания.

Обе формы расчета имеют две разновидности: непосредственный расчет с посетителем и безналичный, который используется, как правило, при обслуживании организованных групп.

Организация труда официантов может быть индивидуальной и бригадной.

1. Индивидуальная форма обслуживания. За каждым отдельным официантом закрепляют определенный участок зала (2-3 столика). Все операции, связанные с обслуживанием, выполняет один официант. Этот способ организации труда имеет ряд недостатков. Большую часть времени, связанную с печатанием чеков, оформлением заказа и получением блюд, напитков, буфетной продукции, посуды и приборов и т. д., официант находится вне зала. В связи с этим, он не всегда может вовремя подойти к столику и подать меню, принять дополнительный заказ, дать консультацию, предъявить счет и рассчитаться.

2. Бригадная форма обслуживания. Предполагает организацию звеньев из официантов с четким разграничением обязанностей между ними. Звено, как правило, состоит из 3-4 официантов различной квалификации. Группу официантов возглавляет метрдотель (или бригадир). Бригадиром звена избирают самого опытного и квалифицированного официанта 5

разряда. В звено входят два официанта 4 разряда, один из которых может заменять при необходимости бригадира, и официант 3 разряда. Ежедневно каждое звено в среднем обслуживает 8-10 столиков. Обязанности в звеньях строго распределены в соответствии с квалификацией сотрудников. Бригадир встречает гостей, предлагает меню, оказывает помощь в выборе блюд и напитков, принимает заказ, пробивает чеки на получение буфетной и кухонной продукции, подготавливает счет и рассчитывается с потребителем.

Члены звена выполняют заказ: один официант получает продукты из буфета, холодные закуски, другой – горячие блюда. Несложные операции по обслуживанию (сбор и замену посуды, уборку стола) поручают официанту 3 разряда. Звеньевой метод организации труда содержит ряд преимуществ: в зале постоянно находится квалифицированный официант; распределение труда позволяет ускорить обслуживание; официанты высшей квалификации освобождаются от выполнения второстепенных операций; более рационально используется рабочее время; повышается ответственность работников за выполнение своих обязанностей; повышается культура обслуживания в целом.

Выбор оптимальных форм и методов обслуживания позволяет наиболее полно удовлетворить требования потребителей различных социальных групп по местам их сосредоточения, улучшить культуру обслуживания населения, повысить эффективность использования материально-технической базы предприятия, достичь высоких экономических показателей в работе.

Процесс обслуживания считается циклическим, а время обслуживания одного или группы посетителей называется циклом обслуживания. Продолжительность цикла равна присутствию потребителя в торговом зале и включает время обслуживания и интервалы между ними (ожидание гостями начала обслуживания, прием пищи и перерывы между приемами пищи в течение одного цикла).

В зависимости от цели посещения (только питания или же питания и отдыха) перерывы между приемами пищи бывают желаемыми для гостей или

не желаемые. Последние могут быть вызваны недостатками в организации труда обслуживающего персонала и устраняются совершенствованием процесса обслуживания.

Цель посещения гостя предприятия общественного питания может быть разной- питание или питание и отдых.

При организации обслуживания гостей, посетивших предприятие с целью питания, могут быть использованы скомплектованные рационы с предварительным накрытием столов и обслуживание по индивидуальным заказам.

Комплексные виды питания организуются с предварительной сервировкой столов посудой и приборами, холодными закусками и блюдами, напитками и иными изделиями. Горячие блюда подаются в ходе обслуживания. Меню комплексных рационов питания составляют в нескольких вариантах и вывешивают в вестибюле. Гости, ознакомившись с меню, приобретают чеки у кассира и по ним получают продукцию через официанта или полностью официант обслуживает посетителей.

При обслуживании по индивидуальным заказам гости заказывают заинтересовавшие их блюда. Официанты сервируют столы только столовой посудой и приборами. Ознакомившись с меню за столом, заказ блюд происходит в процессе обслуживания, а расчет производят в конце обслуживания.

Обслуживание официантами гостей, посетивших предприятие с целью питания и отдыха, имеет две разновидности: обслуживание гостей по индивидуальным заказам на предприятиях с музыкальной программой и обслуживание банкетов, юбилеев и т.д. Организация обслуживания может осуществляться предварительно или с момента прихода посетителей на предприятие.

Обслуживание барменами за барной стойкой. При таком методе бармены могут полностью обслуживать всех посетителей или же полностью

обслуживать лишь посетителей, сидящих у барной стойки, а частично остальных, сидящих за столами в зале.

Для комбинированного метода обслуживания потребителей характерно сочетание различных методов, например, самообслуживания с обслуживанием официантами и др. Наравне с традиционными методами и формами обслуживания, используются и прогрессивные формы обслуживания, целью которых является ускорение обслуживания потребителей. К ним относятся залы-экспресс, столы-экспресс, «шведский стол», витаминные столы, развозная и разносная торговля в зале, аукционы, выставки-продажи и др.

Зал-экспресс создают в ресторанах и кафе с малым количеством мест (40—50) для обслуживания во время обеда посетителей, у которых ограничено время. Реализуют, как правило, 2 варианта комплексных обедов. В их состав входит 3—4 блюда: холодная закуска, суп и второе блюдо, десерт. Закуски, сладкие блюда и хлеб ставят на стол заранее или сразу с приходом посетителя, а затем приносят супы и вторые блюда.

В ресторанах при гостиницах и гостиничных комплексах, аэропортах, железнодорожных вокзалах и т. д. организуют **столы-экспресс**. Они имеют круглую форму с вращающейся серединой. На таких столах устанавливают закуски, кисломолочные продукты, кулинарные и кондитерские изделия, соки, напитки. Недвижимую поверхность стола сервируют закусочными тарелками, приборами, салфетками. Гости, которые заняли место за столом, самостоятельно выбирают выставленную на подвижной части стола продукцию. Официанты приносят горячие блюда и напитки, после чего производят расчет.

При обслуживании по типу «**шведского стола**», - холодные закуски, сладкие блюда и кондитерские изделия выставляют на стол, а для реализации супов и вторых горячих блюд в зале устанавливают специальные мармиты с витриной образцов блюд, стопки тарелок и приборы для раскладки блюд. На предприятии, на котором производится обслуживание по типу «шведский

стол», создается специальная бригада официантов. В каждой бригаде работник выполняет и отвечает за определенный вид работы. Бригада официантов сервирует шведский стол и убирает использованную посуду. В среднем на завтрак посетителей расходуется 15-20 мин., на обед или ужин - 25-30 мин. При обслуживании по типу «шведский стол» выделяют отдельный зал или часть зала на небольших предприятиях. Расчет осуществляется заранее кассиром, а также, используется безналичный расчет, или расчет в кредит.

Организация фуршетного стола предусматривает самостоятельный выбор посетителем блюд, которые имеют свою цену. Официанты обеспечивают пополнение столов продукцией и производят расчет.

Чайные и кофейные столы устанавливают в обеденных залах кафе, ресторанов и столовых. На них выставляют мучные кулинарные и кондитерские изделия, закуски несложного приготовления, сервируют десертными тарелками, приборами и чашками с блюдцами. Для чая ставят самовар или чайники (заварной и доливной), для кофе — паровой кофейник или термостат. В столовых гости обслуживают себя самостоятельно, а в ресторанах им помогают официанты. В столовых может быть применен саморасчет.

На витаминные столы подают овощные и фруктовые салаты, соки, натуральные фрукты и овощи, напитки. Гости самостоятельно выбирают изделия и производят расчет.

Развозная и разносная торговля в зале. Официанты на тележках или подносах доставляют в зал фрукты, кондитерские изделия, напитки. По желанию гостей подают к столу и сразу же оплачивают свой заказ.

Аукционы проводятся в ресторанах и кафе, как правило, перед выходными или перед праздниками. Для них готовятся оригинальные и красиво оформленные кулинарные и кондитерские изделия. Для постоянных посетителей предварительно предусматривается их конкурсный показ.

1.3. Обслуживающий персонал на предприятиях общественного питания

Персонал предприятий общественного питания подразделяют на следующие основные группы⁶:

- административный,
- обслуживающий,
- производственный,
- вспомогательный.

К административному персоналу предприятия общественного питания относятся категории работников, которые заняты организационными и технологическими вопросами: директор (управляющий, менеджер, заведующий) предприятия, инженер (техник) - технолог (менеджер по производству), заведующий складом (старший кладовщик), калькулятор.

К обслуживающему персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, которые заняты непосредственным обслуживанием потребителей: метрдотель (администратор зала, менеджер зала, менеджер бара), официант (бригадир официантов, старший официант, помощник официанта), бармен (бригадир барменов, старший бармен, помощник бармена), сомелье (заведующий винным погребом), бариста, работник предприятия быстрого обслуживания, буфетчик (старший буфетчик), кассир (старший кассир), хостес, продавец магазина (отдела) кулинарии.

К производственному персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, которые заняты изготовлением (производством) кулинарной продукции, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий: заведующий производством, заместитель заведующего производством, шеф-повар, су-шеф, начальник цеха, заместитель начальника цеха, повар (повар-бригадир, старший повар,

⁶ Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, - 2014. – 787с

помощник повара, диет.повар), шеф-кондитер, кондитер (кондитер-бригадир, старший кондитер, помощник кондитера), пекарь, изготовитель пищевых полуфабрикатов, кухонный работник (помощник по кухне).

К вспомогательному персоналу предприятия общественного питания относятся категории работников, которые заняты выполнением функций обслуживания и не имеющие прямого отношения к производственному процессу: гардеробщик, швейцар, кладовщик, мойщик посуды, уборщица (уборщик, стюард), грузчик, курьер, экспедитор и др.

К персоналу службы безопасности (службы внутреннего контроля) относятся работники следующих категорий: работники службы безопасности, охранники, секьюрити, вахтеры, контролеры, сторожа.

Требования к персоналу службы безопасности определяются нормативными правовыми актами в области безопасности и охраны, действующими на территории государства, принявшего стандарт, и фирменными стандартами работы персонала этой группы конкретного предприятия общественного питания.

Обслуживающий персонал предприятия общественного питания должен быть одет в специальную форменную одежду и обувь, установленного для данного предприятия образца, которая находится в отличном состоянии, без загрязнений, повреждений и заметных следов ремонта. Сотрудники предприятия общественного питания на форменной одежде должны носить бэйдж, с указанием имени и должности на государственном языке и эмблемой предприятия. Профессиональными этическими нормами поведения обслуживающего персонала предприятия общественного питания должны быть: коммуникабельность, вежливость, тактичность, доброжелательность, внимательность и предупредительность в отношениях с гостями в пределах своих должностных обязанностей. Обслуживающий персонал ресторанов должен знать особенности обслуживания гостей иностранных государств, правила международного этикета, владеть иностранным языком в объеме, который необходим для

общения с гостями. При получении доступа к персональным данным потребителей, обслуживающий персонал обязан принять все меры для исключения возможности их разглашения. Обслуживающий персонал должен уделять особое внимание и оказывать необходимую помощь гостям с ограниченными физическими возможностями, в том числе инвалидам.

Конкретные требования к обслуживающему персоналу на предприятии общественного питания, согласно ГОСТ 30524-2013 «Услуги общественного питания».

В целях утверждения распорядка работы, на каждом предприятии составляются графики выхода на работу. Различают дневные, месячные и годовые графики. В дневных отражаются длительность рабочего дня, его начало и завершение, время и длительность обеденного перерыва. В месячных графиках указываются общее количество часов за месяц, чередование рабочих дней и дней отдыха. В соответствии с трудовым законодательством РК рабочая неделя - 40 часов. Неполный рабочий день устанавливается по соглашению между администрацией и рабочими и для лиц, не достигших совершеннолетия.

Ненормированный рабочий день устанавливается для тех сотрудников общественного питания, труд которых не поддается учету времени, но количество рабочих часов, отработанных за месяц, должно соответствовать трудовому законодательству или в качестве компенсации предоставляется дополнительный отпуск.

При составлении графика учитывают режим работы организации и график загрузки торгового зала.

На предприятии общественного питания используют следующие графики выхода на работу:

1. Линейный график. Предусматривает единовременный приход и уход с работы сотрудников предприятия. Данный график применяется в том случае, если объем работы полностью выполняется за 7-8 ч, загрузка

работников равномерная в течение смены. Преимущество - обеспечивается ответственность работников за выполнение производственной программы.

2. Ленточный график. Предусматривает выход работников производства в разное время группами или по одиночке в соответствии с загрузкой торгового зала. Недостаток – отсутствие четкого построения бригад, усложнение планирования рабочего времени, контроля за выходом на работу, снижение ответственности членов бригады за выполнение производственной программы.

3. График суммированного учета рабочего времени. Используется на предприятии с неравномерной загрузкой в определенные дни недели или месяца, когда невозможно установить рабочий день нормальной продолжительности. При таком графике допускается разная продолжительность рабочего дня, но не более 11 ч 30 мин с последующим предоставлением дня отдыха при обязательной отработке за месяц установленной нормы рабочего времени.

4. Двухбригадный график. Является одним из видов графика суммированного учета рабочего времени. При этом графике используется две бригады, одинаковые по количеству и составу сотрудников. Они работают по 11 ч 30 мин, сменяясь через день. **Преимущество** – состав бригады в течение дня постоянен, это увеличивает ответственность за выполнение производственного задания. **Недостаток** – неравномерная загрузка раков, высокая длительность рабочего дня.

5. Комбинированный график. Предусматривает сочетание различных графиков и используется на предприятии с удлинённым рабочим днем. Этот график часто используется в ресторанах, в котором работа в целом строится по двух бригадному графику выхода на работу, но с учетом технологического процесса изготовления блюд и загруженности торгового зала. Некоторые работники выходят на работу по ленточному графику. Для учета рабочего времени каждого работника ведется табель учета рабочего времени, который подписывает директор предприятия. Табель является

документом начисления заработной платы. Также, следует учитывать во внимание внешний вид обслуживающего персонала. Он играет огромную роль в создании впечатления, которое складывается у гостя ресторана. Каждый день мы встречаем много людей, и каждый раз при встрече первое, что мы отмечаем- это внешний вид, даже не то, во что одет, а как. Наши гости, прежде всего, как и мы, оценивают наш внешний вид. В работе обслуживающего персонала кафе и ресторанов есть и определенные стандарты внешнего вида официанта. Как уже было сказано выше, самое главное во внешнем виде официанта - это **униформа**. Она должна быть идеальна и подчеркивать стабильность заведения. А это значит, она должна быть чистая, отглаженная, удобная обувь. Официант должен иметь при себе все необходимые подручные средства для работы. Это блокнот, ручки, зажигалка, часы и конечно бейдж. Клиент должен знать имя человека, который его обслуживает. Следующий момент в стандартах внешнего вида официанта - это допустимость украшений. Официант не должен выглядеть как новогодняя елка. Из украшений допустимо обручальное кольцо, неброские серьги и конечно часы. Руки официанта должны быть ухоженные, без каких-либо дефектов. У девушек официантов ногти должны быть не слишком длинные, аккуратный маникюр, использование косметики естественных оттенков. Не должно быть яркого макияжа. Отсутствие неприятных запахов. Это значит, что должна быть обязательная гигиена тела, принятие душа перед каждой сменой, легкая парфюмерия, использование антиперсперанта, отсутствие табачного запаха. Ни что не должно портить аппетита и перебивать запахи блюд. Чистые волосы. Волосы должны быть не только чистые, но и хорошо пострижены или уложены. Устраиваясь на работу официантом, обязательно следует учесть все требования и стандарты к внешнему виду. Ведь первого, кого встречают посетители в кафе или ресторане - это официант. Именно по его внешнему виду, посетители станут судить, стоит ли вообще тут что-то заказывать.

II. ГЛАВА. Совершенствование деятельности работы ресторана при гостинице «Зилол Бахт» по обслуживанию населения.

2.1. Организационно- правовая структура и характеристика гостиницы «Зилол Бахт». Гостиница

«Зилол Бахт» – это комфортабельный 3-звездочный отель международного класса в самом центре Самарканда, выгодно выделяющийся на фоне других отелей благодаря необычной национальной архитектуре, предлагает 56 номера различных категории. Из окон открывается незабываемый панорамный вид на город, в нескольких минутах ходьбы находятся наиболее выдающиеся достопримечательности Самарканда исторического памятника Гур-Эмир, архитектурного комплекса Регистан, среди рядов магазинов, ресторанов. Из номеров гостиницы, как на ладони, для Вас откроется чарующий вид на университетский Бульвар. Номера отличаются эргономичным, функциональным дизайном и уютной атмосферой. Элегантный интерьер в классическом стиле удовлетворит любой вкус. Все номера оснащены системой индивидуального кондиционирования, регулируемой системой отопления, кабельное телевидение, мини бар, высококачественный телефонный связь 24 часа в сутки. Ванные комнаты снабжены душевой ванной, фенами, зеркалами и туалетными принадлежностями. В номерах имеется доступ к беспроводному интернету. В гостинице находится комфортабельные номера различной категории и вместимости («Стандарт», «Стандарт Комфорт», «Полулюкс», «Люкс»). Каждая комната приятно удивит Вас своим интерьером. Номера оснащены всем необходимым: сейф, междугородняя и международная связь, высокоскоростной Интернет, спутниковое телевидение, минибар, фен и электронный замок .

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ФАКУЛЬТЕТ

«СЕРВИС И ТУРИЗМ»

КАФЕДРА

**«ОБСЛУЖИВАНИЯ, СЕРВИСА И ЕГО
ОРГАНИЗАЦИИ»**

«Допускается к защите»

Заведующий кафедрой, доцент

И.Х. Шукуров

Протокол № от----- 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Студента группы ХС-214

ДЖАЛИЛОВА ДАВЛАТА

**по теме: «Совершенствование деятельности работы ресторана при
гостинице “Зилол-Бахт” по обслуживанию населения»**

Научной руководитель:

доцент Каримов М.

ВВЕДЕНИЕ

Предприятия питания представляют собой крупную, широко разветвленную отрасль народного хозяйства со своими специфическими особенностями, которые вместе со здравоохранением, социальным обеспечением населения и торговлей решает важные социально-экономические задачи.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг, хозяйственная деятельность предприятий требует постоянного развития, совершенствования и обновления. Предприятия самостоятельно разрабатывают стратегию и тактику своей направленности на основе маркетинговых исследований рынка, внедрения инновационных достижений научно-технического прогресса, новых технологий, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

Указ Президента Республики Узбекистан « Стратегия действия по пяти приоритетными направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах» развития и либеризации экономики является одним из приоритетных направлений.. В нем указывается ускоренное развитие сферы услуг, повышение роли и доли услуг в формировании валового внутреннего продукта, кардинальное изменение структуры предоставляемых услуг, прежде всего за счет современных высокотехнологичных видов услуг.⁷

За последнее время значительные изменения в сфере потребительского рынка привели к полной самостоятельности субъектов хозяйствования, иным взаимоотношениям между ними и органами государственной власти. Также, изменились и подходы к требованиям в организации общественного питания.

⁷ Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» Национальная база данных законодательства, 16.10.2017 г., № 06/17/5204/0114)

Продукция общественного питания — это пища, уже готовая к употреблению, или полуфабрикат, требующий незначительной доработки, которая чаще всего не предназначена для длительного хранения, поэтому ее необходимо немедленно реализовать. Для решения этой задачи общественное питание производственную функцию гармонично сочетает с функцией реализации, т. е. немедленной продажей произведенной продукции, для чего в своей системе оборудует специальные залы. Кроме собственной продукции в залах продаются покупные товары, которые не проходят дополнительной обработки по изменению свойств продукта, а реализуются в том состоянии, в котором поступили на предприятие.

Поскольку выпускаемая продукция готова к употреблению, то общественное питание организует в залах места для ее потребления и обслуживает их.

Производство, реализация и организация потребления продукции общественного питания и покупных товаров является отличительной особенностью отрасли, уникальность которой заключается в том, что продуктом торга выступает не столько сама продукция, а скорее услуга по ее изготовлению, услуга по организации продажи и обслуживанию покупателей в местах употребления пищи.

Указанными положениями объясняется актуальность темы дипломной работы, посвященной совершенствованию деятельности работы ресторана при гостинице «Зилол-Бахт» по обслуживанию населения.

Цель дипломной работы — дать оценку системы обслуживания на предприятии питания, на примере ресторана «Зилол-Бахт» и наметить пути совершенствования процессов обслуживания.

Объектом данного исследования является ресторан при гостинице «Зилол-Бахт».

Предметом исследования является оценка системы обслуживания в ресторане при гостинице «Зилол-Бахт».

В рамках поставленной цели решались следующие задачи:

- анализ литературных источников по теме исследования;
- изучение деятельности работы ресторана при гостинице “Зилол-Бахт” по обслуживанию населения;
- совершенствование деятельности работы ресторана при гостинице “Зилол-Бахт” по обслуживанию населения.

Методологической и теоретической основой работы послужили: нормативно-правовые документы, труды отечественных и зарубежных ученых, материалы и статьи в открытой и специализированной печати, посвященных маркетингу сферы услуг, обслуживанию на предприятиях общественного питания.

I. ГЛАВА. Литературный обзор

1.1 Характеристика и классы ресторанов

Ресторан – предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные блюда, винно-водочные, табачные и кондитерские изделия с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.⁸

Класс предприятия общественного питания – совокупность отличительных признаков, характеризующая качество предоставляемых услуг и условия обслуживания.

Рестораны по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса: люкс, высший и I классы.

Рестораны класса «Люкс» располагаются в центрах городов-миллионеров, в местах архитектурных, исторических памятников и заповедных зонах Узбекистана, где чаще всего бывают иностранные туристы. В ассортименте продукции собственного производства должно быть не менее 80% фирменных блюд (оригинальных, изысканных), широкий выбор заказных фирменных напитков, кондитерских изделий, алкогольной продукции.

В ресторане «люкс» применяется фирменная посуда (фарфор) с товарным знаком, столовое белье, скатерти, салфетки и т.д. меняются после каждого потребителя. Мебель заказывается по индивидуальным дизайнерским проектам на мебельных фабриках или закупается за рубежом. Стекло сортовое (художественное оформление с рисунком) на банкетах используется хрусталь и мельхиор. Интерьер зала изыскан и создан по специальным индивидуальным заказам, на стенах зала могут

⁸ Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания. М.: и Академия, 2006.

висеть гобелены и картины известных художников. Высокий уровень комфорта в таких ресторанах создается кондиционированием, которое обеспечивает автоматическую поддержку заданных параметров температуры и влажности воздуха. Для индивидуальных и интимных бесед должны быть кабинки. В холле и вестибюле устанавливаются столы, диваны, банкетки с мягким покрытием, в обеденном зале - кресла мягкие с подлокотниками. Меню и прейскурант содержит фирменный знак, печатается на национальном, русском и английском, французском и немецком языках, выполненные только типографским способом, обложка из мелованной бумаги, красочно оформленная, или сделанная из кожзаменителя (или натуральной кожи), обязательно с эмблемой. Ресторан должен иметь печатную рекламу: буклеты, карточки, пригласительные билеты. Обслуживание официантами не менее 4 и 5 разрядов, форменная одежда с эмблемой и обувь. Только живая музыка в виде ВИА, выступления солистов со специальным музыкальным образованием. Для таких ресторанов обязательна световая (неоновая) реклама. Кроме традиционных помещений для потребителей обязательно наличие банкетного зала, туалетной комнаты, аванзала, дамской комнаты, помещения для мытья рук и курительной комнаты.

Ресторан «высшего класса» характеризуется оригинальностью интерьера, выбором услуг, комфортностью, разнообразным ассортиментом оригинальных, изысканных блюд и фирменных изделий, которых должно быть не менее 50% от общего числа блюд. Широкий выбор фирменных и заказных блюд.

Внешний вид и, в частности, реклама такая же, как и у ресторанов класса «люкс» (световая с элементами художественного оформления), однако здесь не используются декоративные элементы, зал оформляют изысканными оригинальными элементами (светильники, драпировки). Обязательно наличие эстрады и танцплощадки, отдельного банкетного зала и кабинок, наличие системы кондиционирования. Мебель в холле

и в залах, как и у ресторанов класса «люкс». Посуда и приборы, столовое белье допускаются без фирменных знаков, но обязательна смена столового белья после каждого обслуживания. В специальных ресторанах высшего класса допускаются столы с полиэфирным покрытием, допускается замена скатертей индивидуальными салфетками из ткани. Оформление меню и прейскурантов аналогично классу «люкс», а также наличие печатной рекламной продукции. Возможно выполнение особых пожеланий потребителей по изготовлению блюд на виду. Те же требования к одежде и обуви, музыкальному сопровождению (ВИА и солисты), к наличию особых помещений для потребителей (туалетные комнаты, курительная).

Рестораны первого класса отличаются гармоничностью, комфортностью, широким выбором услуг и ассортиментом заказных и фирменных блюд, которых должно быть не менее 20% от общего числа блюд. Здесь применяется обычная вывеска, могут отсутствовать изысканные декоративные элементы, однако, используются оригинальные элементы в оформлении (светильники, драпировки, новые пластиковые материалы) аналогично «высшему классу».

Допускается отсутствие танцплощадки и эстрады, система приточно-вытяжной вентиляции (вместо кондиционирования).

Стол с полиэфирным покрытием, стулья полумягкие, вместо полумягких кресел в классах «люкс» и «высшего класса», предусматривается наличие столов двух-, трех- и шестиместных. Приборы из нержавеющей стали, столовая посуда полуфарфоровая, сортовая выдувная. В специальных ресторанах допускается посуда из керамики и дерева. Скатерти белые или цветные (в специальных ресторанах допускаются салфетки индивидуального пользования вместо скатертей), салфетки индивидуального пользования полотняные, при отпуске комплексных обедов могут использоваться бумажные салфетки. Смена столового белья по мере загрязнения.

Ассортимент допускает отсутствие фирменных блюд, меню печатается на национальном и русском языках, простая обложка с эмблемой или рисунком. Возможно отсутствие печатной продукции и выполнения особых пожеланий потребителей на виду у них. Одежда у официантов может быть не фирменная, без эмблемы, допускаются любые виды музыкального обслуживания с использованием музыкальных автоматов, звуко- и видеовоспроизводящей аппаратуры. Нет курительной комнаты.

Кроме классификации по уровню обслуживания рестораны можно классифицировать на **сетевые и независимые**.

Сетевые рестораны принадлежат крупным торгово-финансовым или торгово-промышленным группам, управление осуществляется из единого центра, имеют централизованное снабжение продовольственным сырьем, полуфабрикатами, одинаковое стандартное меню, с относительно ограниченным ассортиментом.⁹

Создание сети ресторанов отвечает международной тенденции в ресторанном бизнесе, так как существенно минимизирует издержки производства за счет централизованного снабжения, корпоративного стиля управления, стандартизированного меню и целевых рекламных акций.

Особой разновидностью сетевых ресторанов являются **вагоны-рестораны**, курсирующие в составе пассажирских и скорых поездов.

Вагоны-рестораны имеют зал для приема пищи, производственные помещения, обслуживание осуществляется официантами. Такие рестораны обслуживают поезда с продолжительным нахождением в пути более суток.

Купе-буфет организуют в поездах с продолжительностью рейса менее суток. Занимает 2-3 купе вагона, имеет торговый зал и подсобные помещения, разделенные стенкой со стойкой-витриной, оснащается

⁹ Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов . М.: Новое знание, 2008

холодильным оборудованием, подвагонными ящиками. Основной ассортимент: колбасные и копченые мясопродукты, кисломолочная продукция, горячие напитки, дорожные наборы, фрукты. Обслуживает пассажиров буфетчик. Разносной торговлей занимается официант-разносчик.

Аналогичным образом организовано ресторанное обслуживание на пассажирских **судах речного и морского флота**. Отличие ресторанов на судах благодаря технологическим возможностям имеют более разнообразный ассортимент продукции собственного производства. Мировой тенденцией для ресторанов на судах является организация их функционирования в составе крупных развлекательных комплексов на плаву, куда входят коктейль-бары, кафе.

Для независимых ресторанов характерна организационно-хозяйственная обособленность. Такие рестораны самостоятельно выбирают тактику и стратегию поведения на ресторанном рынке, наделены правами юридического лица, ориентированы на целевую аудиторию потребителей, обладают большой гибкостью в возможностях приспособиться к изменению текущей конъюнктуры: ценовая политика, меню, широта и разнообразие ассортимента.

Для независимых ресторанов характерна тематическая и типологическая направленность.

Тематическая направленность ресторана отражает избранную ресторатором концептуальную идею (тему). В качестве темы исторический, литературный, этнографический, кинематографический или иной сюжет или факт.

В Узбекистане в отличие от зарубежных стран ресторан – это, прежде всего, развлечение, праздник, феерия. Для россиянина это редкое, дорогое и необычное зрелище. За границей поход в ресторан дело обыденное и общепринятое, а частое посещение ресторана – это бытовой уклад.

В силу узбекских особенностей в столице и крупных городах в тематических ресторанах происходит трансформация ресторана в современную, развитую форму развлекательного комплекса. Под общей крышей комплекса объединяются 1-2 ресторана, ночной клуб, дискотека, эротическое шоу. Средством привлечения потребителей служит какая-либо шоу-программа.

Для гостей предусматривается автостоянка, зал особо важных персон (VIP). Потребители имеют клубную карту. В качестве культурно-развлекательной программы предлагаются встречи с известными артистами эстрады, кино, сатириками и юмористами.

Типологические рестораны представляют классический образ ресторана; но они в свою очередь классифицируются следующим образом:

- ресторан, куда приходят вкусно поесть;
- ресторан-клуб, где гостя ждет не только вкусная еда, но и общение людей по интересам. Здесь имеются членские карточки, которые дают право бесплатного входа и одного приглашенного гостя, им предоставляется преимущество в выборе столика;
- ресторан-шоу, где гостю предлагается участие в культурно-развлекательной шоу-программе (песни, танцы, чтение стихов и т.д.)
- ресторан-престиж (элитарный) класса, куда гость приходит для того, чтобы показать своим сотрапезникам свою респектабельность и принадлежность к определенному классу.

Кроме **классификации по уровню комфорта** (люкс, высший класс, I класс) и деления на тематические и типологические рестораны классифицируются:

- по ассортименту реализуемой продукции, т.е. имеется в виду предметная специализация: ресторан рыбный, пивной, с национальной кухней или кухней зарубежных стран;

- по месту расположения – рестораны городские, загородные, при гостиницах, в зоне отдыха, в пути следования.

Городские рестораны располагаются не только в черте города и работают в строго определенные и согласуемые с местной организацией часы.

Загородные, национальные, тематические рестораны располагаются в заповедных зонах, излюбленных местах отдыха населения. Ассортимент устанавливается индивидуально при условии, что его основу составляют фирменные блюда и изделия.

Рестораны при гостиницах располагают на первых этажах гостиничного комплекса или пристраивают таким образом, что из холла гостиницы можно попасть проживающим в ней в ресторан. Кроме этого должен быть вход с улицы. Кроме залов ресторана имеются кафе и поэтажные буфеты.

Рестораны для автотуристов располагаются возле шоссе или крупных автостоянок и предназначаются для автомобилистов, иногда нежелающих покидать автомобиль.

1.2. Система обслуживания в ресторанах

Реализация готовой продукции и организация ее потребления является конечной целью производственного процесса на предприятиях общественного питания.

Функции реализации и организации потребления продукции общественного питания составляют понятие «**обслуживание**».

Процесс обслуживания потребителей — это совокупность операций, которые выполняются исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуг во время реализации кулинарной продукции и организации досуга.

При обслуживании готовая кулинарная продукция доводится до ее потребителя, проходя такие операции, как хранение в местах реализации, порционирование, комплектация и отпуск потребителю.

Основными задачами организации обслуживания являются:

- максимально полное удовлетворение потребителей услугами общественного питания, относительно: места работы, учебы, места жительства и отдыха населения;
- использование наиболее экономичных для предприятия и удобных для населения форм и методов обслуживания;
- качественно приготовленная пища, развитый сервис и культура обслуживания в пунктах питания;
- строгое соблюдение правил торговли;
- внедрение инновационных форм и методов обслуживания населения, использование передового отечественного и зарубежного опыта.

Вместе с тем, выполнение всех перечисленных задач должно обеспечивать экономический интерес владельца и наемных работников. В конечных результатах своей деятельности приносить прибыль для дальнейшего развития отрасли.

Согласно ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания», в зависимости от способа реализации потребителям продукции общественного питания и организации ее потребления подразделяют¹⁰:

1. Самообслуживание. Гости самостоятельно получают блюда на раздате и оплачивают их стоимость. При таком методе увеличивается скорость процесса отпуска пищи и ускоряется пропускная способность зала, значительно сокращаются затраты предприятия по обслуживанию потребителей.

Делится, в зависимости от участия персонала в обслуживании, на:

- полное (посетители самостоятельно выбирают блюда, осуществляют заказ, производят оплату по счету, самостоятельно получают блюда и напитки, доставляют их за обеденный стол, затем убирают за собой использованную посуду);

- частичное (большую часть операций выполняет обслуживающий персонал, также производит накрытие стола; при этом потребители разливают в тарелки первые блюда из супниц, заранее выставленные на столы, и убирают использованную посуду на конвейер).

2. Обслуживание потребителей официантами. Данный вид обслуживания характерен для ресторанов, баров, кафе, специализированных предприятий и закусочных, а также, некоторых столовых (диетических, комплексов отдыха и т.д.). Процесс обслуживания посетителей, начиная с их встречи и заканчивая расчетом, осуществляется официантом.

Обслуживание официантами в зависимости от степени участия персонала в обслуживании потребителей и организации потребления продукции подразделяют на:

¹⁰ ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания»

- полное обслуживание официантами. Все операции продукции собственного производства и покупных товаров, доставка их в зал и подача на обеденный стол, обслуживание за столом, уборка посуды и расчет;

- осуществляется официантами. Такой метод обслуживания характеризуется высокой культурой обслуживания и применяется на предприятиях класса люкс. Высокое качество обслуживания в течение всего времени работы зала, а также, при проведении банкетов и приемов;

- частичное обслуживание официантами. При таком методе обслуживания, официанты доставляют продукцию с раздаточной в зал, ставят блюда на стол, за которым посетители обслуживают сами себя. Такая форма позволяет ускорить процесс обслуживания посетителей, увеличить пропускную способность зала и ускорить численность обслуживающего персонала.

3. Обслуживание потребителей за стойками. Обслуживание барменами за барной стойкой, при котором потребитель может наблюдать за приготовлением напитков барменом, а также, обслуживание поварами за стойкой, при котором потребитель может наблюдать за приготовлением блюда.

4. Обслуживание потребителей при доставке продукции общественного питания по их заказам и др.

Обслуживание при доставке продукции общественного питания потребителям по их заказам осуществляют в следующих формах:

- обслуживание потребителей в пути следования пассажирского железнодорожного, водного, воздушного и других видов транспорта;

- обслуживание потребителей в номерах гостиниц и других средств размещения ("room-service");

- кейтеринг (выездное обслуживание), в т.ч. банкетное обслуживание потребителей: корпоративный и событийный кейтеринг, обслуживание семинаров, конференций, спортивных мероприятий и пр., обслуживание

потребителей на рабочих местах, в офисах, на дому, в зонах отдыха и в любых других подходящих местах.

Выделяют пять основных видов кейтеринга¹¹:

- **в помещении.** Помимо организации стола, гостю предлагается соответствующим образом оборудованное помещение, которое может быть использовано для проведения различных мероприятий. Помещение для такого вида кейтеринга называется банкетным залом;
- **вне помещения** (например, в помещении клиента) - это обслуживание на территории заказчика в соответствии с его пожеланиями. Здесь наиболее свойственным примером являются компании по доставке пиццы. Основная масса компаний, занимающихся данным видом кейтеринга, готовят продукты на специальных кухнях, которые им принадлежат или арендуются, а вслед затем, доставляют заказ к месту проведения мероприятия;
- **контрактный (разъездной)** – потребителям предлагаются полуфабрикаты, изготовленные на пищевом предприятии. Они доставляются к месту конечной обработки, где доводятся до кондиции и продаются. Договор на поставку пользуется популярностью на строительных, съемочных площадках, в офисных компаниях, где требуется обеспечить питанием группу людей. Поскольку оборудование, используемое для приготовления полуфабрикатов в походных условиях, довольно дорогостоящее, этому виду кейтеринга требуются определенные вложения;
- **социальный (независимый или индивидуальный)** - процесс приготовления продукции происходит на территории и оборудовании заказчика под его контролем. Данный вид кейтеринга считается наиболее простым и нередко рассматривается как начальный этап в таком бизнесе;
- **розничный** - обслуживание заключается в доставке запечатанных в целлофан подносов или пакетов, с заранее приготовленными завтраками или обедом.

¹¹ Белашапка М.И. Технология ресторанного обслуживания. М.: и Академия, 2006.

По способу расчета выделяют следующие методы:

Саморасчет. Применяется на предприятиях, с постоянным кругом питающихся, осуществляется без кассира и основан на обоюдном доверии. Для сбора средств устанавливается настольная касса, мелкие деньги для получения сдачи. Наблюдение за работой столов саморасчета осуществляет буфетчик основного буфета или специально выделенный работник.

2. Предварительный расчет. Посетитель, ознакомившись с меню, приобретает в кассе, расположенной в вестибюле, чеки на питание.

3. С непосредственной оплатой стоимости блюд, последующий расчет. Стоимость поданных блюд и напитков оплачивают в конце обслуживания.

Обе формы расчета имеют две разновидности: непосредственный расчет с посетителем и безналичный, который используется, как правило, при обслуживании организованных групп.

Организация труда официантов может быть индивидуальной и бригадной.

1. Индивидуальная форма обслуживания. За каждым отдельным официантом закрепляют определенный участок зала (2-3 столика). Все операции, связанные с обслуживанием, выполняет один официант. Этот способ организации труда имеет ряд недостатков. Большую часть времени, связанную с печатанием чеков, оформлением заказа и получением блюд, напитков, буфетной продукции, посуды и приборов и т. д., официант находится вне зала. В связи с этим, он не всегда может вовремя подойти к столику и подать меню, принять дополнительный заказ, дать консультацию, предъявить счет и рассчитаться.

2. Бригадная форма обслуживания. Предполагает организацию звеньев из официантов с четким разграничением обязанностей между ними. Звено, как правило, состоит из 3-4 официантов различной квалификации. Группу официантов возглавляет метрдотель (или бригадир). Бригадиром звена избирают самого опытного и квалифицированного официанта 5

разряда. В звено входят два официанта 4 разряда, один из которых может заменять при необходимости бригадира, и официант 3 разряда. Ежедневно каждое звено в среднем обслуживает 8-10 столиков. Обязанности в звеньях строго распределены в соответствии с квалификацией сотрудников. Бригадир встречает гостей, предлагает меню, оказывает помощь в выборе блюд и напитков, принимает заказ, пробивает чеки на получение буфетной и кухонной продукции, подготавливает счет и рассчитывается с потребителем.

Члены звена выполняют заказ: один официант получает продукты из буфета, холодные закуски, другой – горячие блюда. Несложные операции по обслуживанию (сбор и замену посуды, уборку стола) поручают официанту 3 разряда. Звеньевой метод организации труда содержит ряд преимуществ: в зале постоянно находится квалифицированный официант; распределение труда позволяет ускорить обслуживание; официанты высшей квалификации освобождаются от выполнения второстепенных операций; более рационально используется рабочее время; повышается ответственность работников за выполнение своих обязанностей; повышается культура обслуживания в целом.

Выбор оптимальных форм и методов обслуживания позволяет наиболее полно удовлетворить требования потребителей различных социальных групп по местам их сосредоточения, улучшить культуру обслуживания населения, повысить эффективность использования материально-технической базы предприятия, достичь высоких экономических показателей в работе.

Процесс обслуживания считается циклическим, а время обслуживания одного или группы посетителей называется циклом обслуживания. Продолжительность цикла равна присутствию потребителя в торговом зале и включает время обслуживания и интервалы между ними (ожидание гостями начала обслуживания, прием пищи и перерывы между приемами пищи в течение одного цикла).

В зависимости от цели посещения (только питания или же питания и отдыха) перерывы между приемами пищи бывают желаемыми для гостей или

не желаемые. Последние могут быть вызваны недостатками в организации труда обслуживающего персонала и устраняются совершенствованием процесса обслуживания.

Цель посещения гостя предприятия общественного питания может быть разной- питание или питание и отдых.

При организации обслуживания гостей, посетивших предприятие с целью питания, могут быть использованы скомплектованные рационы с предварительным накрытием столов и обслуживание по индивидуальным заказам.

Комплексные виды питания организуются с предварительной сервировкой столов посудой и приборами, холодными закусками и блюдами, напитками и иными изделиями. Горячие блюда подаются в ходе обслуживания. Меню комплексных рационов питания составляют в нескольких вариантах и вывешивают в вестибюле. Гости, ознакомившись с меню, приобретают чеки у кассира и по ним получают продукцию через официанта или полностью официант обслуживает посетителей.

При обслуживании по индивидуальным заказам гости заказывают заинтересовавшие их блюда. Официанты сервируют столы только столовой посудой и приборами. Ознакомившись с меню за столом, заказ блюд происходит в процессе обслуживания, а расчет производят в конце обслуживания.

Обслуживание официантами гостей, посетивших предприятие с целью питания и отдыха, имеет две разновидности: обслуживание гостей по индивидуальным заказам на предприятиях с музыкальной программой и обслуживание банкетов, юбилеев и т.д. Организация обслуживания может осуществляться предварительно или с момента прихода посетителей на предприятие.

Обслуживание барменами за барной стойкой. При таком методе бармены могут полностью обслуживать всех посетителей или же полностью

обслуживать лишь посетителей, сидящих у барной стойки, а частично остальных, сидящих за столами в зале.

Для комбинированного метода обслуживания потребителей характерно сочетание различных методов, например, самообслуживания с обслуживанием официантами и др. Наравне с традиционными методами и формами обслуживания, используются и прогрессивные формы обслуживания, целью которых является ускорение обслуживания потребителей. К ним относятся залы-экспресс, столы-экспресс, «шведский стол», витаминные столы, развозная и разносная торговля в зале, аукционы, выставки-продажи и др.

Зал-экспресс создают в ресторанах и кафе с малым количеством мест (40—50) для обслуживания во время обеда посетителей, у которых ограничено время. Реализуют, как правило, 2 варианта комплексных обедов. В их состав входит 3—4 блюда: холодная закуска, суп и второе блюдо, десерт. Закуски, сладкие блюда и хлеб ставят на стол заранее или сразу с приходом посетителя, а затем приносят супы и вторые блюда.

В ресторанах при гостиницах и гостиничных комплексах, аэропортах, железнодорожных вокзалах и т. д. организуют **столы-экспресс**. Они имеют круглую форму с вращающейся серединой. На таких столах устанавливают закуски, кисломолочные продукты, кулинарные и кондитерские изделия, соки, напитки. Недвижимую поверхность стола сервируют закусочными тарелками, приборами, салфетками. Гости, которые заняли место за столом, самостоятельно выбирают выставленную на подвижной части стола продукцию. Официанты приносят горячие блюда и напитки, после чего производят расчет.

При обслуживании по типу «**шведского стола**», - холодные закуски, сладкие блюда и кондитерские изделия выставляют на стол, а для реализации супов и вторых горячих блюд в зале устанавливают специальные мармиты с витриной образцов блюд, стопки тарелок и приборы для раскладки блюд. На предприятии, на котором производится обслуживание по типу «шведский

стол», создается специальная бригада официантов. В каждой бригаде работник выполняет и отвечает за определенный вид работы. Бригада официантов сервирует шведский стол и убирает использованную посуду. В среднем на завтрак посетителей расходуется 15-20 мин., на обед или ужин - 25-30 мин. При обслуживании по типу «шведский стол» выделяют отдельный зал или часть зала на небольших предприятиях. Расчет осуществляется заранее кассиром, а также, используется безналичный расчет, или расчет в кредит.

Организация фуршетного стола предусматривает самостоятельный выбор посетителем блюд, которые имеют свою цену. Официанты обеспечивают пополнение столов продукцией и производят расчет.

Чайные и кофейные столы устанавливают в обеденных залах кафе, ресторанов и столовых. На них выставляют мучные кулинарные и кондитерские изделия, закуски несложного приготовления, сервируют десертными тарелками, приборами и чашками с блюдцами. Для чая ставят самовар или чайники (заварной и доливной), для кофе — паровой кофейник или термостат. В столовых гости обслуживают себя самостоятельно, а в ресторанах им помогают официанты. В столовых может быть применен саморасчет.

На витаминные столы подают овощные и фруктовые салаты, соки, натуральные фрукты и овощи, напитки. Гости самостоятельно выбирают изделия и производят расчет.

Развозная и разносная торговля в зале. Официанты на тележках или подносах доставляют в зал фрукты, кондитерские изделия, напитки. По желанию гостей подают к столу и сразу же оплачивают свой заказ.

Аукционы проводятся в ресторанах и кафе, как правило, перед выходными или перед праздниками. Для них готовятся оригинальные и красиво оформленные кулинарные и кондитерские изделия. Для постоянных посетителей предварительно предусматривается их конкурсный показ.

1.3. Обслуживающий персонал на предприятиях общественного питания

Персонал предприятий общественного питания подразделяют на следующие основные группы¹²:

- административный,
- обслуживающий,
- производственный,
- вспомогательный.

К административному персоналу предприятия общественного питания относятся категории работников, которые заняты организационными и технологическими вопросами: директор (управляющий, менеджер, заведующий) предприятия, инженер (техник) - технолог (менеджер по производству), заведующий складом (старший кладовщик), калькулятор.

К обслуживающему персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, которые заняты непосредственным обслуживанием потребителей: метрдотель (администратор зала, менеджер зала, менеджер бара), официант (бригадир официантов, старший официант, помощник официанта), бармен (бригадир барменов, старший бармен, помощник бармена), сомелье (заведующий винным погребом), бариста, работник предприятия быстрого обслуживания, буфетчик (старший буфетчик), кассир (старший кассир), хостес, продавец магазина (отдела) кулинарии.

К производственному персоналу предприятия общественного питания относятся основные категории работников, которые заняты изготовлением (производством) кулинарной продукции, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий: заведующий производством, заместитель заведующего производством, шеф-повар, су-шеф, начальник цеха, заместитель начальника цеха, повар (повар-бригадир, старший повар,

¹² Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, - 2014. – 787с

помощник повара, диет.повар), шеф-кондитер, кондитер (кондитер-бригадир, старший кондитер, помощник кондитера), пекарь, изготовитель пищевых полуфабрикатов, кухонный работник (помощник по кухне).

К вспомогательному персоналу предприятия общественного питания относятся категории работников, которые заняты выполнением функций обслуживания и не имеющие прямого отношения к производственному процессу: гардеробщик, швейцар, кладовщик, мойщик посуды, уборщица (уборщик, стюард), грузчик, курьер, экспедитор и др.

К персоналу службы безопасности (службы внутреннего контроля) относятся работники следующих категорий: работники службы безопасности, охранники, секьюрити, вахтеры, контролеры, сторожа.

Требования к персоналу службы безопасности определяются нормативными правовыми актами в области безопасности и охраны, действующими на территории государства, принявшего стандарт, и фирменными стандартами работы персонала этой группы конкретного предприятия общественного питания.

Обслуживающий персонал предприятия общественного питания должен быть одет в специальную форменную одежду и обувь, установленного для данного предприятия образца, которая находится в отличном состоянии, без загрязнений, повреждений и заметных следов ремонта. Сотрудники предприятия общественного питания на форменной одежде должны носить бэйдж, с указанием имени и должности на государственном языке и эмблемой предприятия. Профессиональными этическими нормами поведения обслуживающего персонала предприятия общественного питания должны быть: коммуникабельность, вежливость, тактичность, доброжелательность, внимательность и предупредительность в отношениях с гостями в пределах своих должностных обязанностей. Обслуживающий персонал ресторанов должен знать особенности обслуживания гостей иностранных государств, правила международного этикета, владеть иностранным языком в объеме, который необходим для

общения с гостями. При получении доступа к персональным данным потребителей, обслуживающий персонал обязан принять все меры для исключения возможности их разглашения. Обслуживающий персонал должен уделять особое внимание и оказывать необходимую помощь гостям с ограниченными физическими возможностями, в том числе инвалидам.

Конкретные требования к обслуживающему персоналу на предприятии общественного питания, согласно ГОСТ 30524-2013 «Услуги общественного питания».

В целях утверждения распорядка работы, на каждом предприятии составляются графики выхода на работу. Различают дневные, месячные и годовые графики. В дневных отражаются длительность рабочего дня, его начало и завершение, время и длительность обеденного перерыва. В месячных графиках указываются общее количество часов за месяц, чередование рабочих дней и дней отдыха. В соответствии с трудовым законодательством РК рабочая неделя - 40 часов. Неполный рабочий день устанавливается по соглашению между администрацией и рабочими и для лиц, не достигших совершеннолетия.

Ненормированный рабочий день устанавливается для тех сотрудников общественного питания, труд которых не поддается учету времени, но количество рабочих часов, отработанных за месяц, должно соответствовать трудовому законодательству или в качестве компенсации предоставляется дополнительный отпуск.

При составлении графика учитывают режим работы организации и график загрузки торгового зала.

На предприятии общественного питания используют следующие графики выхода на работу:

1. Линейный график. Предусматривает единовременный приход и уход с работы сотрудников предприятия. Данный график применяется в том случае, если объем работы полностью выполняется за 7-8 ч, загрузка

работников равномерная в течение смены. Преимущество - обеспечивается ответственность работников за выполнение производственной программы.

2. Ленточный график. Предусматривает выход работников производства в разное время группами или по одиночке в соответствии с загрузкой торгового зала. Недостаток – отсутствие четкого построения бригад, усложнение планирования рабочего времени, контроля за выходом на работу, снижение ответственности членов бригады за выполнение производственной программы.

3. График суммированного учета рабочего времени. Используется на предприятии с неравномерной загрузкой в определенные дни недели или месяца, когда невозможно установить рабочий день нормальной продолжительности. При таком графике допускается разная продолжительность рабочего дня, но не более 11 ч 30 мин с последующим предоставлением дня отдыха при обязательной отработке за месяц установленной нормы рабочего времени.

4. Двухбригадный график. Является одним из видов графика суммированного учета рабочего времени. При этом графике используется две бригады, одинаковые по количеству и составу сотрудников. Они работают по 11 ч 30 мин, сменяясь через день. **Преимущество** – состав бригады в течение дня постоянен, это увеличивает ответственность за выполнение производственного задания. **Недостаток** – неравномерная загрузка раков, высокая длительность рабочего дня.

5. Комбинированный график. Предусматривает сочетание различных графиков и используется на предприятии с удлинённым рабочим днем. Этот график часто используется в ресторанах, в котором работа в целом строится по двух бригадному графику выхода на работу, но с учетом технологического процесса изготовления блюд и загруженности торгового зала. Некоторые работники выходят на работу по ленточному графику. Для учета рабочего времени каждого работника ведется табель учета рабочего времени, который подписывает директор предприятия. Табель является

документом начисления заработной платы. Также, следует учитывать во внимание внешний вид обслуживающего персонала. Он играет огромную роль в создании впечатления, которое складывается у гостя ресторана. Каждый день мы встречаем много людей, и каждый раз при встрече первое, что мы отмечаем- это внешний вид, даже не то, во что одет, а как. Наши гости, прежде всего, как и мы, оценивают наш внешний вид. В работе обслуживающего персонала кафе и ресторанов есть и определенные стандарты внешнего вида официанта. Как уже было сказано выше, самое главное во внешнем виде официанта - это **униформа**. Она должна быть идеальна и подчеркивать стабильность заведения. А это значит, она должна быть чистая, отглаженная, удобная обувь. Официант должен иметь при себе все необходимые подручные средства для работы. Это блокнот, ручки, зажигалка, часы и конечно бейдж. Клиент должен знать имя человека, который его обслуживает. Следующий момент в стандартах внешнего вида официанта - это допустимость украшений. Официант не должен выглядеть как новогодняя елка. Из украшений допустимо обручальное кольцо, неброские серьги и конечно часы. Руки официанта должны быть ухоженные, без каких-либо дефектов. У девушек официантов ногти должны быть не слишком длинные, аккуратный маникюр, использование косметики естественных оттенков. Не должно быть яркого макияжа. Отсутствие неприятных запахов. Это значит, что должна быть обязательная гигиена тела, принятие душа перед каждой сменой, легкая парфюмерия, использование антиперспиранта, отсутствие табачного запаха. Ни что не должно портить аппетита и перебивать запахи блюд. Чистые волосы. Волосы должны быть не только чистые, но и хорошо пострижены или уложены. Устраиваясь на работу официантом, обязательно следует учесть все требования и стандарты к внешнему виду. Ведь первого, кого встречают посетители в кафе или ресторане - это официант. Именно по его внешнему виду, посетители станут судить, стоит ли вообще тут что-то заказывать.

II. ГЛАВА. Совершенствование деятельности работы ресторана при гостинице «Зилол Бахт» по обслуживанию населения.

2.1. Организационно- правовая структура и характеристика гостиницы «Зилол Бахт». Гостиница

«Зилол Бахт» – это комфортабельный 3-звездочный отель международного класса в самом центре Самарканда, выгодно выделяющийся на фоне других отелей благодаря необычной национальной архитектуре, предлагает 56 номера различных категории. Из окон открывается незабываемый панорамный вид на город, в нескольких минутах ходьбы находятся наиболее выдающиеся достопримечательности Самарканда исторического памятника Гур-Эмир, архитектурного комплекса Регистан, среди рядов магазинов, ресторанов. Из номеров гостиницы, как на ладони, для Вас откроется чарующий вид на университетский Бульвар. Номера отличаются эргономичным, функциональным дизайном и уютной атмосферой. Элегантный интерьер в классическом стиле удовлетворит любой вкус. Все номера оснащены системой индивидуального кондиционирования, регулируемой системой отопления, кабельное телевидение, мини бар, высококачественный телефонный связь 24 часа в сутки. Ванные комнаты снабжены душевой ванной, фенами, зеркалами и туалетными принадлежностями. В номерах имеется доступ к беспроводному интернету. В гостинице находится комфортабельные номера различной категории и вместимости («Стандарт», «Стандарт Комфорт», «Полулюкс», «Люкс»). Каждая комната приятно удивит Вас своим интерьером. Номера оснащены всем необходимым: сейф, междугородняя и международная связь, высокоскоростной Интернет, спутниковое телевидение, минибар, фен и электронный замок .

IV. ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ресторанный бизнес издавна считался прибыльным и перспективным. Однако наличие только стартового капитала совсем не достаточно для его успешного развития. В этом бизнесе очень много тонкостей и нюансов, незнание которых не позволит вам достичь хороших результатов и опередить конкурентов. Открыть ресторан, да и вообще начать заниматься ресторанным бизнесом – решение нелегкое. Любой ресторатор, планируя свой первый, или очередной ресторанный проект тем или иным образом оценивает его - на какую категорию публики рассчитывать и сколько ее придет, какой средний чек должен быть в заведении, какой интерьер, и, наконец, каким образом спланировать финансовую сторону вопроса.

Огромное разнообразие отечественных ресторанов и кафе объединяет, по большому счету, две вещи:

1. их соответствие мировому уровню по интерьеру, мебели, посуде, оборудованию, разнообразию и качеству приготовления пищи и т.д.
2. несоответствующая этому уровню работы персонала, культуры и качества обслуживания.

Из года в год ресторанный бизнес стремительно развивается и набирает обороты. Идёт серьёзная конкурентная борьба за посетителей. Именно этот фактор заставляет руководителей предприятий продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности предприятия общественного питания, но и детали, придающие заведению уникальность и неповторимость. Только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех её составляющих, гарантирован успех в развитии деятельности предприятия.

Предприятие общественного питания - это место интенсивного социального общения, стимулирующее движение адреналина в жилах посетителей, обслуживающего персонала и администрации. Ресторанный бизнес увлекателен и перспективен: правильный выбор места и кухни,

атмосфера и толково организованное обслуживание создают возможность для привлечения рынка и дают хорошую прибыль и инвестиции.

При оказании услуг питания населению особенно важно избрать концепцию будущего заведения, то есть то, что выгодно отличить его среди большого числа конкурентов. Для рыночной концепции ресторанного бизнеса важно сочетание выгодного расположения, качества кушаний и обслуживания, разнообразия меню, цен, атмосферы и менеджмента. Для определения должного уровня всех этих компонентов и эффективного ведения ресторанного бизнеса предпринимателю важно придерживаться установленных государственных стандартов.

В современных системах управления предприятиями общественного питания все более заметную роль играет управление качеством продукции и услуг. Объясняется это, тем, что качество, наряду с ценой, гарантиями, сроками обслуживания и сервисом является наиболее весомым слагаемым конкурентоспособности услуг.

Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым фактором является предоставление таких услуг, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания целевых клиентов.

Проведенная в работе диагностика текущего положения ресторана при гостинице "Зилол Бахт", позволило выявить некоторые проблемы в текущем функционировании предприятия. Обобщая результаты проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

- 1 готовность персонала к обслуживанию имеет явные недостатки (неопрятность, неаккуратность в одежде и т.д.);
- 2 при встрече и рассаживании гостей существуют также недостатки, которые нельзя упустить из виду (официанты не провожают гостей до стола, а указывают на него и др.);
- 3 представление меню не имеет недостатков;

4 прием заказов находится на слабом уровне;

5 провожание Гостей (персонал не всегда прощается с Гостем в соответствии с требованиями, метрдотель заводит посторонние разговоры с уходящими гостями.);

6 целесообразно совершенствование системы мотивации персонала.

В результате исследования был разработан ряд рекомендаций по повышению культуры и качества индивидуального обслуживания клиентов ресторана при гостинице "Зилол Бахт". Предложенные мероприятия позволят ресторану повысить свою привлекательность в глазах потенциальных и существующих клиентов, а также решить проблемы, связанные с качеством обслуживания.

V. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» Национальная база данных законодательства, 16.10.2017 г., № 06/17/5204/0114)
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26 февраля 2016 года «О программе развития сферы услуг на 2016-2020 годы»
3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание. 2012. – 374 с.
4. Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания. М.: и Академия , 2006.
5. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов . М.: Новое знание, 2008.
6. Ваген Линн Ван Дер. Гостиничный бизнес. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. – 412 с.
7. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. - Мн.: ООО "Новое знание", 2010. - 310с.
8. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. М-СПБ : Герда, 2008.
9. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, - 2014. – 787с.
10. Кучер Л.С., Шкуратова Л.М., Ефимов С.Л., Голубева Т.Н. Ресторанный бизнес в России. Технологии успеха. М: Транслит, 2007
11. Лесник А.Л., Мащицкий И.П., Чернышев А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 265с.
- 12.. 10. Лесник А.Л., Чернышев А.В. Практика маркетинга в гостинично-ресторанном бизнесе.- Москва.: Омега - Л, 2006.

13. Романов В.А. , Цветкова С.Н., Щевцова Т.В., Каращенко В.В.
Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. М.: Март, 2007.
14. Туризм и гостиничное хозяйство/ Под ред. А.Д.Чудновского. – М.:ЭКМОС, 2014. – 317 с.
15. Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства. М.: Флинта - МПСИ, 2008.
16. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство. М.: ИКЦ «МАРТ», 2005.

Сайты интернета:

1. www.lex.uz
2. www.uzbekturizm.uz
3. www.world-tourism.org – Всемирная туристическая организация
4. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
5. www.orexsa.com
6. www.tourism.uz/
7. www.tour.uz/
8. [www.zilol baxthotel.uz](http://www.zilolbaxthotel.uz)
9. www.1001hotels.uz

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Карта заказа на завтрак

Время подачи завтрака (временной интервал) _____

Ф.И.О. _____

Номер комнаты _____

Дата заказа _____

Количество персон _____

Вид завтрака _____

Подпись _____









