

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

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Факультет: «Сервис и туризм»

Кафедра: «Международного туризма и туристского сервиса»

«Рекомендовано к защите»

к.э.н. Р.С.Амридинова

Протокол № 11.

от «15» «июнь» 2015 г.

**По образовательному направлению
5610200-Организация и управление гостиничным хозяйством**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ
РАБОТА**

**На тему: «Особенности организации питания в
гостинице «Hotel Orient Star»» студента группы
МХТ-211 Аблокулова Камола Шухратовича**

Научный руководитель: доцент Х.М.Маматкулов

САМАРКАНД – 2015

СОДЕРЖАНИЕ:

Введение.....	2
1- РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ГЛАВА. РАЗВИТИЯ	4
1.1 Цели туризма и ресторанного бизнеса	4
1.2 Основные понятия и определения в области ресторанно- гостиничного бизнеса	5
1.3. Современное состояние и основные направления и развития ресторанного бизнеса	6
2- СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСТОРАННОГО ГЛАВА БИЗНЕСА	12
2.1. Характеристика ресторанов и баров	12
2.2. Сертификация услуг общественного питания	25
2.3. Требования к предприятиям питания для обслуживания иностранных туристов	28
3- ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ ДЛЯ ГЛАВА. ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ В ГОСТИНИЦЕ “HOTEL ORIENT STAR”	34
3.1. Обслуживание иностранных туристов в ресторанах и кафе	34
3.2. Назначение и правила составления меню	42
3.3. Сервировка стола для иностранных туристов	45
3.4. Обслуживание банкетов для иностранных туристов.	47
3.5. Организационная структура управления ресторанам	62
3.6. Основы безопасности жизнедеятельности туристов	71
ВЫВОДЫ	81
ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	82
ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	83

ВВЕДЕНИЯ

Туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики мирового хозяйства. В настоящее время в сфере международного туризма занято свыше 250 млн человек, т.е. каждый 16 работник в мире. На его долю приходится 7 % общего объема инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы хозяйство мира, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития. По прогнозам специалистов XXI век станет веком туризма.

Данная выбранная тема выпускной квалификационной является актуальной, так как залогом достижения поставленных целей и задач гостиничного предприятия должно быть предоставление качественного обслуживания и его постоянное повышение, что будет способствовать не только росту спроса на услуги гостиничного предприятия, но и формированию его постоянной клиентской базы. Иными словами, в условиях современного состояния гостиничного рынка, жестокой конкуренции и экономического кризиса важным направлением деятельности предприятий индустрии гостеприимства является разработка обоснованных мероприятий по повышению качества обслуживания.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий по совершенствованию качества обслуживания для предприятия индустрии гостеприимства на примере гостиницы «Hotel Orient Star».

Объектом исследования является четырех звёздочная гостиница «Hotel Orient Star».

Предметом выпускной квалификационной работы – изучение и анализ качества обслуживания, предлагаемое клиентам в гостинице «Hotel Orient Star».

Цель, объект и предмет выпускной квалификационной работы обусловили постановки и решения следующих задач:

- изучить теоретические основы гостиничные предприятия: понятие классификация и типология;
- рассмотреть особенности гостиничные услуг и гостиничный продукт как комплекс услуг;
- провести анализ деятельности и качества обслуживания гостиницы «Hotel Orient Star».

разработать мероприятия по совершенствованию качества обслуживания в гостинице «Hotel Orient Star».

Практическая значимость выпускной квалификационной работы. Данная работа используется в учебном процессе как методическое пособие по предмету «Организация гостиничных услуг».

Теоретической основой исследования послужили работы зарубежных авторов в области гостиничной индустрии. В работы использованы статистические методы, методы анализа и синтеза, методы выборочного исследования и другие.

Структура работы. Работа состоит из 3-х глав, введения и заключения, использованная литература. Объем работы 84 стр.

ГЛАВА 1. РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

1.1. Цели туризма и ресторанного бизнеса

Туристы приезжают в нашу страну с целью ознакомления с историческими и архитектурными достопримечательностями, участия в конгрессах, симпозиумах, международных конкурсах, спортивных соревнованиях, новогодних торжествах, праздновании Навруза, а также отдыха, лечения и.т.д.

В настоящее время бизнес является одной из причин, по которой люди посещают нашу страну. Индивидуальные и коллективные туристические путешествия, поездки и пребывание за границей вносят вклад в экономическое, социальное и культурное развитие стран, способствуют созданию атмосферы доверия и взаимопонимания между государствами. На долю туризма приходится около 10% валового продукта нашей планеты, примерно 30% мировой торговли услугами и около 70% мировых капиталовложений. Число туристских поездок во всем мире составляет 1 млрд.

Туристы путешествуют по железнодорожным, авиационным, автомобильным транспортом, в том числе на автобусах. Обслуживание групп туристов осуществляется по классам: первый класс, туристский класс (одно- и двухместные стандартные номера), кемпинг.

В зависимости от класса обслуживания иностранным туристам предоставляется определенный объем (пакет) услуг: услуги размещения, питания, транспорта, трансфера (встречи, проводы, поднос или подвоз багажа и туриста до места проживания); организации экскурсионных, культурных, спортивных услуг и др.

Туристская фирма заключает контракт с гостиницей, по которому владелец ее берет на себя обязательства перед турагентом (фирмой) предоставлять гостиничные услуги, в том числе питание, туристов.

1.2. Основные понятия и определения в области ресторанно-гостиничного бизнеса.

Ресторанно-гостиничная индустрия включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания туристов в гостиницах, отелях, кемпингах и в других средствах размещения, а также организацию питания и развлечений. Высшим органом исполнительной власти, осуществляющим государственное управление и регулирование в сфере туризма, национальная компания «Узбектуризм». Принцип государственного регулирования туристской деятельности заключается в том, что государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики РУз, содействует развитию туристской деятельности, определяет и поддерживает ее главные направления.

Законом РУз. от 24.11.96 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РУз. определены принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РУз. Закон регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан РУз., иностранных граждан на отдых, свободу передвижения при совершении путешествий, осуществляет поддержку и защиту российских и иностранных туристов, туристических фирм и их объединений.

В законе используются следующие основные понятия:

Туристская деятельность — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

Туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

Тур - комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов,

экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия.

Туристский продукт - право на тур, предназначенное для реализации туристу.

Продвижение туристского продукта — комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов).

Туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Услуги гида-переводчика - деятельность профессионально подготовленного физического лица по ознакомлению туристов с туристскими ресурсами в стране (месте) временного пребывания.

1.3. Современное состояние и основные направления и развития ресторанного бизнеса

Общественное питание занимает в экономике любой страны особое место. В структуре формирования валового внутреннего продукта на долю торговли и общественного питания приходится 4,5. Для сравнения: удельный вес промышленности составляет 32%. В отрасли осуществляет деятельность более 100 млн. тыс. хозяйствующих субъектов; численность работников составляет порядка 1 млн. человек. В основном это частные предприятия. На долю государственного сектора в обороте розничной торговли приходится менее 3% и 8% в обороте общественного питания. Отрасль сохраняет лидирующее положение в сфере малого бизнеса как по числу предприятий,

так и по численности занятых в ней работников.

Современное состояние потребительского рынка потребовало создания новых форм воздействия на процессы, происходящие в отрасли, защиты потребителей от небезопасных товаров и услуг. Одной из таких форм стало введение системы обязательной сертификации услуг розничной торговли и общественного питания, которые включены в Перечень товаров и услуг, подлежащих обязательной сертификации. В связи с расширением перечня объектов общественного питания, подлежащих обязательной сертификации, к концу 2012 года услуги общественного питания в общедоступной сети, объектах социальной направленности - санаториях, дошкольных и образовательных учреждениях — должны быть полностью сертифицированы.

Основы формирования инфраструктуры общественного питания, в которых определены основные направления политики восстановления многообразия предприятий общественного питания, отвечающих особенностям современного переходного периода и последующей стабилизации рыночных отношений. Основными направлениями такой политики должны стать: приоритетное развитие общедоступной сети предприятий общественного питания; восстановление и расширение сети социально-ориентированных предприятий, обеспечивающих питанием рабочих, служащих, студентов, школьников; стимулирование развития сети предприятий, использующих индустриальные методы приготовления пищи и доставляющих ее по заказам потребителей (в офисы, организации и учреждения, на дом); массовое развитие сети общественного питания в зонах комплексного торгового, гостиничного обслуживания, вдоль автомагистралей, на заправочных станциях, аэропортах, на вокзалах.

Формирование в регионах разветвленной сети общедоступных предприятий массового питания, с одной стороны, должно идти по пути все большей унификации их типов (ресторан, бар, кафе и др.), а с другой - по пути все большей дифференциации этих структур с точки зрения

комфортности, качества торгового обслуживания и набора предлагаемых услуг.

Наиболее перспективной моделью организации массового питания в масштабах отдельного административного образования может стать автономное функционирование ресторанов, баров, кафе и др., а также формирование добровольных контрактных объединений предприятий быстрого обслуживания на основе договоров коммерческой концессии. При этом технология обслуживания и виды предлагаемой продукции в рамках каждого отдельного объединения могут существенно различаться, подчеркивая индивидуальность конкретной торговой группы.

Радикальные экономические реформы, осуществляемые в нашей стране, создали объективные условия для дальнейшего развития ресторанного бизнеса в РУз.

Ресторанный бизнес - это интегрированная сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией производства и управлением рестораном и направленная на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а также получение прибыли.

Основными тенденциями развития ресторанного бизнеса в РУз являются:

- создание ресторанами благоприятного имиджа для своих заведений;
- формирование положительного мнения о ресторане среди постоянных потребителей.

Сегодня успех ресторатора зависит от наличия **хорошего менеджмента**, современной кухни, наличия концепции ресторана, бара, безукоризненного сервиса, интересного интерьера и разумных цен. В будущем перспективное развитие получают **маленькие недорогие рестораны** и бары средней ценовой группы. Дорогих и элитных ресторанов и баров останется не так много.

Месторасположение - важнейший элемент ресторанного дела, не

уделив внимания которому не стоит рассчитывать на успех. Правильный выбор месторасположения позволяет определить, каким быть ресторану: **демократичным или элитным**. На большой площади обычно располагают демократичный ресторан. Залы могут размещаться на двух этажах. На маленькой площади размещают элитный ресторан с тем, чтобы обеспечить его окупаемость. Наличие парковки рядом с ним является обязательным. **Выбору месторасположения** предшествует демографический анализ района, в котором ресторан будет расположен. Изучается возраст, род занятий, средний уровень дохода людей, регулярно бывающих поблизости и являющихся будущими потенциальными потребителями нового ресторана. Должны быть тщательно изучены транспортные потоки. В местах, где велик поток пешеходов, располагают демократичные рестораны, например, трактиры и предприятия быстрого обслуживания.

Определив концепцию, ресторатор должен уделить внимание ассортиментной политике и качеству обслуживания, которые должны быть взаимосвязаны. Рестораторы РУз имеют четкое представление о том, как организовать **приготовление блюд национальной кухни**. Кроме того, они широко используют опыт работы зарубежных рестораторов. Во многих городах РУз накоплен огромный потенциал для создания ресторанного бизнеса. Многие российские города являются центрами туристской, духовной и культурной жизни страны. Одной из главных задач на ближайшее будущее является создание налаженной инфраструктуры общественного питания. Планируется, что в 2020 году предприятия общественного питания будут принимать до 3 млн. туристов. По официальной статистике в РУз насчитывается более 2 тыс. ресторанов. И, несмотря на это, ныне существующие рестораны, бары, кафе не удовлетворяют потребности всех слоев населения с различным уровнем доходов.

Ресторан - это живой организм. Как нельзя человеку экономить на своем здоровье, точно также в ресторане нельзя экономить на оборудовании,

посуде из фарфора, стекла а, главное, на персонале. Имя ресторану делает команда, которая должна осознавать, что в работе ресторана все взаимосвязано. При выборе ресторана, бара потребители учитывают **следующие особенности:** качество и ассортимент блюд, уровень предоставляемых услуг, сервиса, отношение персонала к потребителям, общую атмосферу заведения, внешнее и внутреннее убранство, соотношение места расположения предприятия и цены на блюда и напитки.

Сегодня в РУз много ресторанов, отвечающих всем этим требованиям. Управляющие стараются стать более демократичными и привлечь потенциальных клиентов большим разнообразием услуг. Они стали уделять больше внимания сервису, качеству меню и винной карты. Современный потребитель имеет возможность выбора кухни на любой вкус: итальянской, испанской, немецкой, индийской, мексиканской, китайской, русской и др.

Сегодня ресторанный бизнес требует **профессионализма**. Повысились требования к производственному и обслуживающему персоналу ресторанов, уровень квалификации которого должен соответствовать требованиям стандартов.

Ресторанный бизнес структурируется: появились работающие только на ресторанном рынке дизайнеры, поставщики оборудования, продуктов питания и напитков. С другой стороны, ужесточился контроль со стороны государственных органов (санэпиднадзора, госторгинспекции, пожарных и налоговых органов).

Усилилась конкуренция среди ресторанов появились новые критерии оценки качества кулинарной продукции. Усиливается необходимость постоянно расширять знания о винах, подкрепляя их новой информацией, которую хочет знать потребитель.

Формы и методы обслуживания в ресторанном бизнесе диктуются конкретными обстоятельствами времени и места, а также технологией приготовления кулинарной продукции. С появлением новых технологий приготовления блюд получают дальнейшее развитие современные формы

обслуживания (бизнес-ланчи, воскресные бранчи и др.).

Качество обслуживания оказывает влияние на результаты финансовой деятельности ресторана, так как формирует устойчивый поток потребителей, желающих воспользоваться предлагаемыми услугами и насладиться уровнем предоставляемого сервиса. С ростом культуры обслуживания увеличивается товарооборот, повышается рентабельность и снижаются издержки обращения предприятий ресторанного бизнеса.

ГЛАВА II. СОСТОЯНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА.

2.1. Характеристика ресторанов и баров

В 90-х годах XX века начинается новый этап в развитии торговли. К этому периоду темпы роста денежных доходов резко опередили темпы роста товарооборота, что создало напряженность в удовлетворении покупательского спроса. В 1991-1992 годах имел место небывалый для последних десятилетий дефицит почти на все товары.

Страна перешла на формирование новых рыночных отношений. В РУз за два года была проведена приватизация предприятий торговли. Шел бурный рост числа предприятий малого бизнеса.

С появлением в РУз высококлассных отелей, входящих в международные гостиничные сети, в городах впервые появились дорогие рестораны с «высокой кухней». Какое-то время они были главными гастрономическими центрами, где можно было изысканно поесть и получить услуги высокого качества. Соответственно и спрос на эти услуги был огромный. Сначала открылось несколько дорогих престижных ресторанов. Спустя несколько лет новые рестораны стали появляться один за другим. Рынок стал более разнообразным, появилось много новых, концептуальных ресторанов.

Задача ресторатора — воспитать своего постоянного потребителя, привлечь его путем создания специальной концепции (идеи). Они имеют свой фирменный стиль, к которому относятся фирменное название, товарный знак, логотип предприятия, определенная цветовая гамма

Фирменный стиль просматривается во всех предметах интерьера и экстерьера. Концептуальная идея находит отражение во всех сферах их деятельности: сбытовой, рекламной, товарной (ассортиментной) политике, в отношении к потребителю. Правильно выбранная, дизайнерски красиво оформленная концепция определяет успех ресторана.

Увеличивается количество ресторанов, работающих по методу

выездного обслуживания — *кейтеринга*.

Постоянно расширяется ассортимент предоставляемых предприятиями питания услуг: бизнес-ланчи, воскресные бранчи, кофе-брейк, услуга сомелье, упаковка блюд для употребления вне ресторана, оборудование сигарных комнат, проведение семинаров, счастливые часы, музыкальные программы и танцевальные вечера, выставки и показ моделей одежды, театральные представления, караоке, гастрономическое шоу, организация банкетов, юбилеев, тематических вечеров, презентаций, скидки постоянным клиентам.

Все более доступными и популярными становятся различные интернет-услуги, создаются Интернет-проекты. Одним из таких новых проектов является комплексный сетевой носитель информации. Он предоставляет максимально полную информацию о ресторанах, барах, кафе, освещает новости ресторанного бизнеса. Через можно забронировать столик, заказать доставку продукции на дом, организовать проведение банкета, презентации.

В настоящее время развивается сеть магазинов и отделов кулинарии, в том числе при торговых центрах и универсамах, которые предлагают широкий ассортимент полуфабрикатов, кулинарных и мучных кондитерских изделий. За последний период значительно увеличилось количество специализированных цехов по производству полуфабрикатов, салатов, гастрономических продуктов, замороженной продукции, мучных кондитерских изделий с использованием прогрессивных технологий, новых видов сырья и современного оборудования.

Наряду с ресторанами, барами и другими предприятиями общественного питания можно выделить следующие хозяйствующие субъекты инфраструктуры ресторанного рынка: потребители, поставщики торгово-технологического и холодильного оборудования, кухонной и столовой посуды, инвентаря; оптовые и розничные поставщики пищевых продуктов и напитков, вспомогательных расходных материалов.

Потребителями услуг ресторанов, баров являются люди с высоким и

средним уровнем доходов, предприниматели, туристы, любители национальной кухни, гурманы, а также небольшие и средние фирмы, от которых рестораны принимают заказы на проведение банкетов и деловых встреч.

Кроме того, в качестве субъектов инфраструктуры рынка выступают органы государственного надзора и регулирования.

Рестораны как субъекты инфраструктуры рынка можно подразделить на *ресторанные сети* (сетевые) и независимые. На Западе предприниматели давно поняли, что создать предприятие с нуля, а тем более фирменную сеть, довольно трудно. Для того чтобы создать оптимальную модель бизнеса, они покупают франшизу, получают консультации и начинают работать. Франчайзинговый пакет для предприятий общественного питания - это бизнес структура с определенной концепцией, ассортиментом продукции, услуг, дизайном, позволяющая организовать предпринимательскую деятельность с наименьшим риском. Как правило, коммерческий риск при франчайзинге уменьшается в 5 раз, так как покупаются франшизы уже готовой концепции.

Согласно определению, данному Международной Франшизной ассоциацией (*International Franchise Association*), франшиза представляет собой непрерывные взаимоотношения между франчайзером и франчайзи, при которых все знания, образ, успех, производственные и маркетинговые методы представляются франчайзи в обмен на встречное удовлетворение интересов.

Франчайзинг — организация ресторанного бизнеса, при которой собственник торговой марки, торгового имени или авторского права на производственную систему (франчайзер) позволяет другой фирме (франчайзи) их использование при выполнении согласованных условий.

Мастер франчайзи - частное лицо, товарищество или корпорация, купившие права представлять франчайзера на большой территории (часто другой страны) путем продаж франшиз в ней.

Роялти — периодическая (ежедневная или ежемесячная) сервисная плата франчайзи франчайзеру за права на бизнес, размер которой может составлять от 2% до 11,5% доходов ресторана и напрямую зависит от объемов продаж. Роялти является дополнением к первоначальной сумме, выплаченной при заключении договора между сторонами.

В целях увеличения размеров платежей франчайзер периодически проводит проверки ресторанов, в ходе которых осуществляет осмотр производства, залов и дает рекомендации о путях повышения производительности труда и рентабельности ресторанов франчайзи (внедрение новых продуктов, оборудования, прогрессивных технологий обслуживания). Одновременно осуществляется контроль за подбором и обучением персонала, сертификацией и стандартизацией услуг.

В дополнение к отчислениям от прибыли рестораны вносят плату за рекламу, размер которой составляет от 1 до 5% валового дохода. Средства из рекламного фонда поступают на проведение новых рекламных кампаний, стимулирование продаж и осуществление специальных программ.

Особенности создания ресторанных цепей:

- Ввиду широкого перечня характеристик потребителей и коммерческой направленности операций на массового потребителя возникает необходимость унификации предложения;

- Находясь в составе ресторанных цепей, эти предприятия стремятся к единообразию со всеми их элементами (собственными или включенными на основе договора франчайзинга), так как стандартизация облегчает распространение положительного опыта. Предприятия стремятся, чтобы потребители знали, что положительный опыт, достигнутый в одном из них, будет распространен внутри всей цепи независимо от месторасположения входящих в нее ресторанов;

- Управление цепью предприятий в значительной степени упрощает в результате стандартизации продукции, сервиса и управленческой политики. Появляется возможность экономии денежных средств при закупках

продуктов. Уменьшаются затраты, связанные с наймом и обучением специалистов, упрощается контроль за качеством продукции и услуг. Потребитель получает ясное представление о том, что ему будет предоставлено в любом предприятии одной цепи.

Одной из первых на российский рынок в начале 90-х годов XX века пришла международная сеть фаст фуд 1 «McDonalds».

Независимые рестораны характеризуются организационно-хозяйственной самостоятельностью. Они сами выбирают стратегию и практику поведения на рынке. Имеют высокий уровень ресторанного сервиса. В целом реальный уровень доходов в предприятиях общественного питания ниже, чем в гостиничном бизнесе. Чтобы ресторанный бизнес был прибыльным, директору и менеджерам необходимы глубокие технические и управленческие знания, опыт. В отличие от сетевых ресторанов, независимые предприятия имеют все возможности, чтобы быть непохожими друг на друга. Именно их уникальность, концептуальность создает неповторимый имидж в глазах потребителей, предпочитающих персональное обслуживание, заинтересованных в специфических характеристиках месторасположения, сервиса, интерьера и управления предприятием.

Когда на рынке имеется только один ресторан со своими неповторимыми особенностями, то уникальность является главным преимуществом такого предприятия. Оно обладает большой гибкостью и возможностью приспосабливаться к изменениям конъюнктуры рынка.

Владельцы и управляющие независимыми ресторанами имеют возможность достичь стабильности путем создания специфических особенностей своих предприятий. Возможность придания своему бизнесу неповторимых черт, имиджа, создания оригинального меню, высокого уровня сервиса является одним из основных преимуществ в управлении независимыми ресторанами.

1 фаст фуд — предприятия быстрого питания, использующие индустриальные методы приготовления блюд.

В последние годы в ресторанном бизнесе начинает формироваться новое направление создания *демократичных ресторанов*. Этот бизнес находится на стыке четких технологий как в фаст фуде, так и качественной национальной (или смешанной) кухне, требующей индивидуального подхода в элитарных ресторанах.

Как свидетельствует мировая практика, демократичные рестораны — самое динамичное направление на ресторанном рынке. Основные потребители таких ресторанов - люди среднего класса. С одной стороны, в развитых странах принятие пищи переносится в рестораны из-за нехватки свободного времени, с другой - благодаря новым технологиям и высокой конкуренции демократичные предприятия становятся доступными для населения.

Сетевые рестораны имеют единый центр управления, централизованное снабжение продуктами, сырьем и полуфабрикатами, одинаковое меню с относительно ограниченным ассортиментом. Принято различать региональные, национальные и международные сети ресторанов. В качестве международной сети ресторанов можно привести успешно работающую в России и других странах СНГ сеть Макдоналдс.

Создание сети ресторанов позволяет существенно уменьшить издержки за счет централизованного снабжения, корпоративного стиля управления, единого меню, целевых рекламных акций и других факторов.

Независимые рестораны характеризуются организационно-хозяйственной самостоятельностью. Они сами выбирают стратегию и тактику поведения на рынке. Наделены правами и обязанностями юридического лица, имеют расчетный счет в банке. Ориентированы преимущественно на целевую группу потребителей. Обладают большой гибкостью и возможностью приспособиться к изменениям конъюнктуры рынка. Ресторан в глазах потребителя характеризуется широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, высоким

уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха. В зависимости от уровня обслуживания и номенклатуры в РУз предоставляемых услуг рестораны подразделяются на три класса: люкс, высший, первый.

Рестораны принято различать:

- по ассортименту реализуемой продукции - рыбный, вегетарианский, пивной, с национальной кухней или кухней зарубежных стран;
- по месту расположения - городские, при гостинице, вокзале, на теплоходе, в зоне отдыха, вагон-ресторан и др.

Городские рестораны предоставляют потребителям обеды и ужины, а рестораны при гостиницах — полный рацион питания для обслуживания участников симпозиумов, совещаний, конференций и иностранных туристов.

Ресторан должен иметь световую вывеску с элементами оформления. В оформлении залов и помещений для потребителей в ресторанах класса люкс используются изысканные декоративные элементы (картины, люстры, ковры, фонтаны), в ресторанах высшего и первого классов — оригинальные декоративные элементы (светильники, драпировки и др.). В залах ресторанов классов люкс и высший обязательным является наличие эстрады и танцевальной площадки. Площадь зала с эстрадой и танцплощадкой составляет 2 м² на одно место в зале. В ресторанах обязательным является наличие банкетных залов, отдельных кабин (кабинетов).

Для создания оптимального микроклимата в залах ресторанов люкс и высшего классов применяется система кондиционирования воздуха, а в ресторанах первого класса — система приточновытяжной вентиляции.

Мебель в ресторане должна быть повышенной комфортности, соответствующая интерьеру зала, столы должны иметь мягкое покрытие, в ресторанах первого класса допускается полиэфирное покрытие столешниц. Кресла должны быть мягкими или полумягкими с подлокотниками. Применяется посуда из мельхиора, нейзильбера, нержавеющей стали, фарфоро-фаянсовая с логотипом или художественным оформлением, хрустальная, современная посуда из выдувного стекла. Столы накрывают

белыми или цветными скатертями, а для индивидуального использования применяют полотняные салфетки.

Меню и карта вин в ресторанах должны иметь эмблему предприятия и отпечатаны типографским или машинописным способом на русском и иностранном языках. Ассортимент продукции состоит из оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, в том числе национальных, а также широкого ассортимента фруктов, винно-водочных, табачных изделий, фруктовых и минеральных вод. В ресторанах люкс и высшего классов целесообразным является приготовление оригинальных блюд на виду у потребителей.

В ресторанах обслуживание осуществляется официантами, барменами, метрдотелями, имеющими специальное образование и прошедшими профессиональную подготовку. Обслуживающий персонал должен иметь форменную одежду. В залах ресторанов организуют выступления вокально-инструментальных ансамблей, солистов или используют звуко-видеовоспроизводящую аппаратуру

Бар - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Бары в РФ подразделяют на классы: люкс, высший и первый.

Бары принято различать:

- по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления - молочный, пивной, винный, кофейный, коктейль-бар, гриль-бар;

по специфике обслуживания потребителей - видеобар, варьете-бар, диско-бар и др. Обслуживание в барах осуществляется метрдотелями, барменами, официантами, имеющими специальное образование и профессиональную подготовку.

Бары должны иметь световую вывеску с элементами оформления, в интерьере зала используют изысканные и оригинальные декоративные

элементы, создающие единство стиля. Для создания оптимального микроклимата используют систему кондиционирования воздуха или приточно-вытяжную вентиляцию.

Бар оборудуют барной стойкой высотой до 1 м и табуретами с вращающимися сиденьями высотой 0,8 м или стульями с высокими спинками. Барная стойка состоит из отдельных элементов (прилавков, барных угловых прилавков, пристенных прилавков, задних витрин). В барные прилавки могут быть встроены холодильные шкафы различной емкости и с различными вариантами открывания дверей. В барных и пристенных прилавках заднего модуля предусматривается место под льдогенератор, посудомоечную машину, под кофе-машину.

В барный прилавок встраивается различное количество моек с внутренней разводкой водоснабжения и канализации. Столешница со стороны бармена имеет специальные отверстия для пивной колонки «драфт» и различного барного оборудования. Холодильники, встроенные в барную стойку, должны иметь различный температурный режим от 0 до минус 24 градусов с автоматической системой оттайки. Пристенная горка заднего модуля должна быть снабжена встроенными светильниками. Отделка барных прилавков и задних модулей имеет широкий спектр материалов - от пластика, мрамора, зеркал до цельного деревянного массива или шпона.

В зале бара устанавливают столы с мягким или полиэфирным покрытием, кресла мягкие или полумягкие с подлокотниками. Требования к посуде и столовому белью применяются такие же, как и в ресторанах соответствующих классов.

Рабочее место бармена должно соответствовать санитарно-гигиеническим нормам и правилам. Оно должно быть удобным и функциональным.

Современный подход к созданию предприятия в сфере ресторанного бизнеса.

Каждый ресторатор, создавая свое дело, имеет свои идеи, технологии,

которые помогают ему решить ключевые проблемы открытия нового предприятия.

Прежде всего, нужно определить место нахождения будущего ресторана. Именно место определяет, каким быть ресторану: элитным или демократичным. Элитный ресторан требует наличия места для парковки машин. Демократичный ресторан является доступным для молодежи, для которой отдых сочетается с веселой и громкой музыкой, поэтому предприятие следует размещать вдали от жилого массива и использовать конструкции, способствующие уменьшению шума.

Для выбора ценовой политики необходимо провести демографический анализ района, в котором будет располагаться предприятие, выяснить возраст, род занятий, средний уровень доходов потенциальных потребителей. Ресторатору следует изучить транспортные потоки, что позволит осуществить более удобный подъезд к предприятию.

Для выбора концепции (идеи) создания ресторана инвесторы проводят, как правило, тестирование целевых групп потребителей, заранее определяя, насколько они будут реальны. Правильно определив предполагаемую среднюю сумму покупки и грамотно организовав бизнес, можно успешно реализовать практически любую концепцию.

Название ресторана должно быть ярким и звучным, тогда оно быстрее запомнится гостям. В названии ресторана желательно отразить любые его особенности: национальная или экзотическая кухня, особый способ приготовления блюд.

Ассортиментная политика будущего предприятия должна быть направлена на выявление особенностей приготавливаемых блюд, что повлечет за собой правильный подбор производственных помещений и их оснащение оборудованием, кухонной посудой, инвентарем. Меню будущего ресторана определяет стиль в решении интерьера. На основе разработанного меню составляют технико-технологические карты на новые и фирменные блюда.

Для создания рентабельного предприятия необходимо произвести финансовые расчеты, включив в бюджет затраты на оборудование, мебель для зала и бара, продукты, аренду помещений, рекламу, изготовление вывески. Чтобы не пришлось оплачивать полную стоимость аренды предприятия, во время ремонта и реконструкции предприятия ресторатор может согласовать с арендатором срок оплаты аренды помещений и внести часть арендной платы до полного получения разрешения на торговлю.

Определив стоимость проекта ресторана, необходимо включить в смету дополнительно 15% для покрытия расходов, связанных с форсмажорными обстоятельствами.

Рассмотрим последовательность согласования при открытии и создании предприятия общественного питания в РУз:

1. Оформление имущественных прав на нежилое помещение (право собственности, аренды, субаренды и т.д.) и земельный участок и регистрация их в установленном порядке.

2. Проектирование новых и реконструкция действующих предприятий общественного питания производится в соответствии с требованиями СНиП 2.08.01 89 «Жилые здания», «СанПиН» 1 5777-91, «Методическими указаниями по осуществлению санитарного надзора за устройством и содержанием жилых зданий» 1 2295-81 от 24.02.81, «Правилами пожарной безопасности РУз» от 1993 г., ГосТом Р 5076-95 «Общественное питание. Классификация предприятий».

Соблюдение указанных норм обеспечивает:

- качество построек, гарантирующее для ресторатора безопасность, удобство и комфорт, надежность и долговечность сооружений;

- соблюдение общественно-социальных и государственных интересов в области экологии, энергоснабжения помещений для персонала и потребителей.

Приемка предприятия общественного питания комиссией из представителей органов Госсанэпиднадзора, Управления государственной

противопожарной службы, Комитета архитектуры и префектуры административного округа.

Регистрация юридического лица в установленном порядке в организационно правовой форме, предусмотренной действующим законодательством (общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, закрытое акционерное общество, открытое акционерное общество, государственное или муниципальное унитарное предприятие, предприятие с иностранными инвестициями). Регистрация производится по адресу, по которому находится исполнительный орган предприятия (дирекция). По новому закону государственная регистрация осуществляется максимум в течение 5 дней, а не месяца, как было раньше. Существенно сократился перечень предоставляемых для регистрации документов - до 5 наименований, а именно:

- выписка из реестра иностранных юридических лиц (если среди учредителей есть иностранные компании);
- квитанция об уплате государственной пошлины (с 1 июля размер государственной пошлины повышался с 250 до 2000 рублей).

Оформление паспорта на вывеску объекта.

Регистрация контрольно кассовых машин в государственной налоговой инспекции по месту нахождения предприятия.

Получение лицензии на осуществление видов деятельности, подлежащих лицензированию (реализация алкогольной продукции). В настоящее время деятельность по оказанию услуг общественного питания не лицензируется. Разрешение на осуществление торговой деятельности предприниматель получает в префектуре административного округа.

Получение санитарно эпидемиологического заключения о соответствии санитарным правилам хозяйственной и иной деятельности, работ и услуг.

Оформление санитарного паспорта на специально предназначенные или специально оборудованные транспортные средства для перевозки

пищевых продуктов.

Оформление личных медицинских книжек на работников с отметкой о результатах предварительных (при поступлении на работу), периодических (2 раза в год) медицинских осмотров и гигиенической аттестации.

Заключение договора со специализированной организацией о вывозе твердых бытовых отходов.

Сертификация предприятия общественного питания с учетом присвоения и подтверждения типа и класса проводится Органом или Центром по сертификации».

Работу и предоставление услуг предприятие общественного питания должно осуществлять в соответствии с требованиями государственных и отраслевых стандартов для общественного питания, Правилами оказания общественного питания. Для оснащения будущего предприятия оборудованием и мебелью необходимо изучить различные предложения фирм- поставщиков, которые берут на себя оформление сертификатов и обеспечивают гарантийное обслуживание. При этом следует учесть, что на поставку оборудования требуется 1,5-2 месяца и расчеты с фирмами-поставщиками осуществляются путем 50-100% предоплаты.

Вывеска должна быть установлена заблаговременно, чтобы привлечь внимание к новому предприятию. Ее дизайн, размеры должны соответствовать архитектурному облику здания. Контроль за этим осуществляет АТИ (Административно-техническая инспекция), которая выдает разрешение на ее установку.

Кадровая политика ресторана направлена на подбор профессиональных менеджеров, которые подключаются к работе за 2 месяца до открытия. Работа менеджеров осуществляется в следующих направлениях: проверка работы технологического, торгового и холодильного оборудования, наличия компьютерного обеспечения и программ контроля и учета, подбор и обучение персонала, работа с поставщиками, организация производства, работы зала и бара.

Ресторатор берет на себя организацию складского хозяйства и обеспечение безопасности предприятия. За три недели до открытия ресторана проводится тренинг с персоналом.

2.2. Сертификация услуг общественного питания.

При обязательной и добровольной сертификации работ и услуг в общественном питании следует руководствоваться Правилами сертификации работ и услуг в РУз, утвержденными постановлением Госстандарта РУз.

При обязательной сертификации подтверждают соответствие работ и услуг обязательным требованиям, в том числе требованиям безопасности работ и услуг для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды, а также безопасности процесса выполнения работ и оказания услуг.

При добровольной сертификации подтверждают работы и услуги, не подлежащие обязательной сертификации.

Сертификация работ и услуг - деятельность по подтверждению соответствия их требованиям законодательных актов РУз, государственных стандартов, санитарных правил и норм, строительных норм и правил и других документов, которые в соответствии с законами РУз устанавливают обязательные требования к работам и услугам.

Цель сертификации - подтверждение третьей, независимой стороной (органом по сертификации) услуг общественного питания требованиям нормативных документов. Учитывая, что уровень сервиса определяется по ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» классом (люкс, высший, первый), а класс ресторана или бара определяет сам ресторатор, задача органа по сертификации подтвердить или опровергнуть правильность оценки.

При проведении сертификации проверяют показатели услуг, условия работы производства, обслуживания, проводится идентификация услуг. Дается письменное подтверждение о соответствии предприятия заявленному типу, классу и всем нормативно-техническим документам.

Основные требования при сертификации услуг общественного питания - обеспечение безопасности жизни и здоровья потребителей, защита их прав от недобросовестности исполнителя услуг, подтверждение показателей качества продукции и услуг, содействие повышению их конкурентоспособности, а также защита окружающей среды.

Сертификат соответствия - документ, гарантирующий, что продукция, процесс или услуга соответствует требованиям нормативнотехнической документации. Для получения сертификата ресторатор должен подать заявление-декларацию о безопасности услуг общественного питания, предоставить заключения органов санэпиднадзора и пожарной инспекции, а также положительные результаты испытаний его продукции, которые проводятся в аккредитованных испытательных лабораториях. Подтверждается уровень образования и качество профессиональной подготовки персонала.

Выдача сертификата соответствия производится органом по сертификации на основании акта сертификационных проверок процесса оказания услуги, протокола испытаний - контроля качества кулинарной продукции. При наличии нескольких филиалов сертификации подлежат услуги, оказываемые в каждом из них.

В дальнейшем в течение всего периода действия сертификата (он выдается не более чем на два года) на предприятии проводится инспекционный контроль. Цель его - установить, что услуги, оказываемые предприятием, соответствуют требованиям, подтвержденным при сертификации. Оценка качества кулинарной продукции производится аккредитованной испытательной лабораторией. Инспекционный контроль проводится по инициативе Органа по сертификации без предварительного оповещения о нем заявителя. В тех случаях, когда предприятие-заявитель внесло изменение в нормативную документацию или провело переоснащение, оно обязано заблаговременно известить Орган по сертификации о необходимости проведения инспекционного контроля,

который должен быть проведен в обязательном порядке. Инспекционный контроль должен осуществляться не реже 1 раза в шесть месяцев, результаты его оформляются актом. Внеплановый инспекционный контроль проводится при поступлении официальных сообщений государственных органов контроля (Госсанэпиднадзора, Госстандарта РУз, Госторгинспекции и др.), независимых организаций (Общества потребителей и др.) о неудовлетворительных результатах проверок сертифицированных услуг, жалоб потребителей на качество услуги. Решение о сохранении действия сертификата или его аннулировании принимается на основании акта инспекционного контроля. Если выявленные органом по сертификации недостатки могут быть устранены в установленный срок - до трех месяцев, то действие сертификата приостанавливается. Сертификат соответствия аннулируется в тех случаях, когда недостатки невозможно устранить в установленный срок или мероприятия, рекомендованные по устранению недостатков, не выполнены в тот же срок или не дали результатов.

Предприятия, сертифицировавшие услуги общественного питания, получают право использовать знак соответствия при маркировке тары, упаковки, квитанций, ярлыков, абонементов, а также в рекламных проспектах, печатных изданиях, на официальных бланках, вывесках, при демонстрации продукции на выставках, ярмарках. Решение об использовании знака соответствия, которое должно иметь графическое изображение, принимает предприниматель. Перечень документов и мероприятий, обеспечивающих создание условий безопасности услуг, оказываемых предприятием общественного питания:

1. Устав предприятия
2. Свидетельство о регистрации фирмы
3. Лицензия на алкогольную продукцию

2.3. Требования к предприятиям питания для обслуживания иностранных туристов

Организация питания иностранных туристов осуществляется в ресторанах, барах, кафе, столовых. Данные предприятия могут иметь собственные здания или использовать их на правах аренды. Некоторые предприятия работают в самостоятельном режиме. Однако большинство из них расположены в туристско-гостиничных комплексах или гостиницах и являются их структурным подразделением. В соответствии с 60 стандартом гостиница классифицируется как предприятие временного проживания вместимостью не менее 10 номеров, малые гостиницы - до 30 номеров.

Гостиница любой категории (1-5 звезд) должна иметь удобные подъездные пути с необходимыми дорожными знаками, благоустроенную и освещенную прилегающую территорию, площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки автотранспорта, в том числе автобусов, вывеску с названием предприятия и указанием его категории, при наличии отдельного входа в ресторан - вывеску с его названием.

Лестницы, ведущие к входу в предприятие питания, расположенному автономно (самостоятельно), должны быть снабжены специальными пандусами для передвижения детских и инвалидных колясок. Вход должен быть оборудован козырьком для защиты от атмосферных осадков.

У входа в предприятие питания должны быть размещены урны для мусора, телефоны-автоматы. Здесь рекомендуется размещать средства рекламы, декоративные композиции из зеленых насаждений, скульптуры и другие элементы декоративного оформления.

На территории, прилегающей к предприятию питания, не допускается: проведение погрузочно-разгрузочных работ; складирования тары, строительных материалов, размещение контейнеров с мусором; сжигание мусора, отходов, порожней тары.

Вход в предприятие должен обеспечивать одновременное движение двух встречных потоков посетителей на выход и на вход. Створки дверей

должны открываться без чрезмерных усилий и автоматически закрываться за посетителем, не заставляя его ускорять движение.

Помещения для потребителей туристских предприятий питания должны удовлетворять общим санитарно-гигиеническим, противопожарным и техническим требованиям к общественным помещениям, обеспечивать безопасные и комфортные условия по таким параметрам как температура и влажность. Обязательным и безусловным требованием является отсутствие посторонних запахов, особенно из кухни и туалетов.

Интерьеры помещений для потребителей не должны быть перегружены элементами декоративного оформления, затрудняющими уборку помещения и ухудшающими санитарногигиенические условия. Все материалы, используемые в оформлении интерьера помещений для потребителей, должны пройти контроль на соответствие требованиям санитарно-гигиенической и пожарной безопасности.

Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими ориентироваться потребителям. В вестибюле на видном месте должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующая о присвоении ему определенной категории с соответствующим количеством звезд (для гостиницы) и класса (люкс, высший, первый) для ресторана.

Оборудование помещений для потребителей должно предусматривать возможность посещения предприятия питания инвалидами и посетителями с детьми, если гостиница, при которой оно расположено, предусматривает возможность проживания инвалидов и туристов с детьми соответствующего возраста или данное туристское предприятие питания обслуживает потребителей, не проживающих в гостинице. Освещение помещений для потребителей должно соответствовать требованиям действующей нормативно-технической документации.

Режим работы предприятий питания, расположенных в гостинице, устанавливается с 7 до 3 часов или круглосуточно.

Предприятие, обслуживающее туристов, должно иметь сертификат на безопасность услуг общественного питания и сертификат соответствия, подтверждающий класс предприятия, а также лицензии на отдельные виды деятельности.

Рестораны при 4- и 5- звездочных отелях должны иметь несколько залов (возможна специализация на приготовлении блюд национальной, зарубежной кухни); отдельные кабинеты, банкетные залы, трансформируемые в конференц-зал, ночные клубы (5 звезд). При 3-5 звездочных отелях обязательным является наличие баров в вестибюле (лобби-бар) и поэтажных. В 1- и 2- звездочных отелях услуги питания предоставляются потребителям в ресторанах и кафе.

По методам обслуживания туристские предприятия питания классифицируются на предприятия, работающие по методу самообслуживания и обслуживанию официантами.

Туристские предприятия 2-5 категории (звезд) должны гарантировать потребителям выбор любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое питание), работу хотя бы одного кафе или бара в любое время суток (4- и 5- звездочные отели); бронирование мест в ресторане; обслуживание в номере гостиницы.

Можно выделить три основных способа предоставления услуги питания: питание, оплаченное туристом; питание, не включенное в стоимость тура и предоставляемое за дополнительную плату; самообслуживание.

Оплаченное питание предполагает включение в стоимость гостиничного номера или тура всех расходов на питание туристов. Это может быть только завтрак (континентальный или полный); завтрак и ужин или завтрак и обед или обед - ужин (полупансион); трехразовое питание (полный пансион). Иногда в стоимость питания включаются прохладительные (вода, соки) и алкогольные напитки (пиво, шампанское, вина). Если питание не включено в стоимость тура, то за него турист платит в месте пребывания и оказания этой услуги.

Самообслуживание означает, что туристы сами себе готовят пищу (чаще всего в пансионатах, кемпингах) или питаются в залах ресторанов, где установлен шведский стол, или в кафе.

В сфере питания особое значение имеет быстрое и четкое обслуживание туристов. Меню в месте пребывания туристов должно быть понятно всем участникам группы, а цены указаны в валюте страны пребывания. Питание должно соответствовать затраченным на него средствам и не нанести вреда здоровью туристов. Неудовлетворенность питанием вследствие плохой организации, недостаточно высокого качества приготовления пищи или низкого уровня обслуживания может испортить впечатление от поездки и нанести ущерб туристской фирме и престижу страны.

Шведский стол (буфет) позволяет гостям свободно выбирать любые выставленные на нем блюда.

Табльдот - форма обслуживания официантами групп туристов по меню обеда или ужина с ограниченным ассортиментом блюд за предварительно накрытыми столами на 4, 6, 8 человек.

Форма обслуживания по меню «а ля карт» предусматривает свободный выбор туристом блюд по предлагаемому рестораном меню (для индивидуалов и небольших групп).

Питание туристам предоставляется в полном соответствии с условиями, оговоренными в путевке, ваучере, договоре - в ресторане, кафе, столовых, барах.

На бланке туристской путевки ТУР-1 указывается вид питания: П(БВ) - полный пансион (завтрак, обед и ужин), ПП(НВ) - полупансион (двухразовое питание), предусматривающий предоставление туристам завтрака и обеда или завтрака и ужина, З(ВВ) - только размещение и завтрак.

Туристский ваучер — документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура и подтверждающие факт их оказания. Ваучеры разрабатываются каждой фирмой индивидуально в соответствии с

конкретными условиями контракта. Ваучерами, как правило, пользуются иностранные туристы, но при определенных условиях ваучер *может* выступать как официальный документ, гарантирующий туристам оказание услуг, указанных в договоре.

Договор на предоставление услуги питания туристам в ресторане, кафе устанавливает взаимные обязательства сторон и включает следующие положения:

- номер, дату и место заключения договора;
- наименование Заказчика с указанием его организацией неправовой формы;
- наименование и реквизиты предприятия питания;
- предмет договора (оказание услуги питания по заявке Заказчика);
- права, обязательства и ответственность сторон;
- стоимость услуг и порядок расчетов;
- сроки действия договора.

В соответствии с договором Заказчик, например, ОАО «Интурист» обязан предоставить предприятию питания не позднее, чем за двое суток до даты обслуживания заявки (телефонограммы или телефаксы) на обслуживание каждой группы туристов. В заявке указывают даты и часы обслуживания, виды предоставляемого питания, стоимость питания из расчета на одного человека, номер извещения группы, страну, из которой прибыли туристы, количество их в группе, класс обслуживания.

Извещение - документ, подтверждающий прибытие группы туристов. В нем указываются данные прибытия: номер авиарейса (поезда), дата прибытия, численность и состав туристов, особенности питания (вегетарианцы, мусульмане, диабетики, дети и т.д.), фамилия руководителя группы или турменеджера, дополнительные виды обслуживания.

Представитель Заказчика (гид-переводчик), ответственный за обслуживание группы иностранных туристов, обязан обеспечить прибытие группы в предприятие в часы, обусловленные в заявке. В случае задержки

или изменения времени, количества туристов переводчик обязан поставить в известность администрацию предприятия не позднее, чем за три часа до начала обслуживания. Если представитель не сообщит об изменении указанных в заявке времени обслуживания и количества участников группы туристов и питание будет подготовлено к указанному в заявке сроку, Заказчик обязан возместить предприятию стоимость приготовленной продукции, которая не может быть реализована. На не подлежащую реализации продукцию составляется акт в трех экземплярах, каждый из которых подписывает руководитель предприятия, представитель Заказчика, материально ответственное лицо, чью продукцию актируют, и санитарный врач. В соответствии с актом продукция подлежит уничтожению в присутствии лиц, подписавших акт.

За фактически предоставленные услуги представитель Заказчика выдает руководителю предприятия питания два экземпляра ваучера, которые должны быть подписаны им и представителем ресторана или кафе. Первый экземпляр ваучера вместе со счетом предприятия питания предъявляется заказчику для оплаты.

На предприятиях питания, обслуживающих иностранных туристов, должна быть книга отзывов и предложений и книга контроля качества обслуживания. Заказчику предоставляется возможность знакомиться с состоянием работы по качеству питания и обслуживанию туристов.

ГЛАВА III. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ

3.1. Обслуживание иностранных туристов в гостинице

«Hotel Orient Star»

В предприятиях питания, обслуживающих группы иностранных туристов, должны быть специальные журналы для регистрации отпуска питания с указанием даты, страны, из которой прибыли туристы, номера извещения, класса обслуживания, вида питания (завтрак, полупансион, пансион), количества туристов по заявке и фактически получивших питание, стоимости фактически отпущенного питания.

При обслуживании туристов континентальными завтраками вначале производят предварительную сервировку столов на 6-8 чел., затем в торце стола ставят группами чашки с блюдцами и ложками для горячих напитков; горячую закуску (яичницу глазунью или блины) или легкое второе блюдо (яйцо всмятку или омлет, кашу молочную) официант подает с производства европейским методом.

Обслуживание туристов полными завтраками осуществляют аналогично, но на столы заранее ставят не один вид закуски, а холодные закуски в ассортименте (сыр, колбаса сырокопченая, ветчина, карбонат). Для ускорения обслуживания всем туристам предлагают один вид континентального или полного завтрака определенной стоимости.

При отсутствии шведского стола меню завтрака должно ежедневно меняться. К завтраку и обеду на стол обязательно ставят кувшин с охлажденной кипяченной водой и контейнер для льда со щипцами (по просьбе гостей).

В гостиницах, имеющих более высокие категории (4 или 5 звезд) туристы могут заказать завтрак в ресторане, кафе или поэтажном баре по меню «а ля карт» или с доставкой в номер. В номерах, оснащенных кухнями и мини-барами, туристам предоставляется возможность готовить самостоятельно. (В российской практике почти отсутствует)

При организации питания туристов по схеме «полупансион» им предоставляется совмещенный обед-ужин или отдельно обед или ужин в установленное время. При схеме «полный пансион» туристы обеспечиваются трехразовым питанием.

Обед, как правило, состоит из холодной закуски, супа, второго горячего блюда, десерта, кофе или чая. В меню ужина включают холодную закуску, второе горячее блюдо, десерт и горячий напиток. К обеду и ужину подают прохладительные напитки или пиво.

Меню обеда и ужина составляют в двух вариантах на каждый день в пределах согласованной с Заказчиком суммы и накануне предлагают для выбора руководителю группы туристов через гида-переводчика (если обед и ужин организуют без шведского стола). Предварительное накрытие столов к обеду осуществляют следующим образом. Столы сервируют так же, как и к комплексному обеду. По торцам стола располагают чашки с блюдцами и ложками для кофе и чая. Заранее на стол ставят закуску против каждого гостя. Суп в супнице с разливательной ложкой на пирожковой тарелке располагают ближе к центру стола. На стол ставят также корзинку с хлебом, вазу с выпечными изделиями или пирожными, сладкие блюда в креманках. Подачу горячих блюд осуществляют европейским методом. Горячие напитки официанты разливают из чайников и кофейников.

Предварительное накрытие столов к ужину осуществляют аналогично, но без первых блюд. В залах предприятий организуют реализацию продукции сервис- бара с тележек. В ассортимент продукции входят: фрукты, мучные кондитерские изделия, конфеты, шоколад, прохладительные напитки, соки. На всю продукцию сервис-бара должны быть ценники, заборный лист или накладная.

В зарубежной практике широко распространена форма обслуживания групп туристов, получившая название **табльдот**. За 10-15 мин. до начала обслуживания на предварительно засервированные столы ставят прохладительные напитки или кипяченую воду со льдом, а также хлеб,

булочки. Холодные закуски раскладывают на большие закусочные тарелки маленькими порциями, составляя из них красочные композиции, и ставят на столы до прихода гостей. Остальные блюда подают также европейским методом.

При организации обслуживания групп иностранных туристов следует использовать бригадно-звеньевой метод. Бригада официантов состоит из бригадира и двух-трех членов бригады. Бригадир постоянно находится в зале, обслуживает потребителей, принимает заказы на дополнительную продукцию за наличный расчет, руководит работой официантов. Члены бригады производят предварительную сервировку стола, получают продукцию на раздаче или в сервис-баре, доставляют ее в зал, обслуживают потребителей и производят сбор использованной посуды.

Метрдотель, официанты и бармены должны знать не менее одного из европейских языков. В бригаду включаются официанты, владеющие различными языками. Все работники предприятия питания, обслуживающего иностранных туристов, должны быть одеты в форменную или санитарную одежду и обувь установленного для данного предприятия образца. Одежда должна иметь фирменные знаки с указанием категории предприятия и соответствующего числа «звезд».

Все работники туристских предприятий питания на форменной одежде должны носить бэйджик с эмблемой предприятия и указанием фамилии, имени и должности.

Шведский стол — форма обслуживания иностранных туристов.

Для организации шведского стола в ресторане выделяют отдельный зал или часть зала. На видном месте располагают информацию о режиме работы шведского стола, о стоимости завтрака, обеда и ужина, об ассортименте продукции на шведском столе.

Преимущество такой формы организации общественного питания заключается в ускорении обслуживания туристов. В среднем на завтрак гости затрачивают 15—20 мин., на обед, ужин 25—30 мин. Завтрак на шведском

столе организуют с 8 до 10 ч.; обед с 12 до 15 ч. и ужин с 17ч. 30 мин. до 19 ч. 30 мин.

Шведский стол организуют как для индивидуальных, так и для групп туристов. Его располагают в центре зала или вдоль стен, расположенных рядом с входом в зал. Для размещения холодных закусок используют охлажденные прилавки раздельно для холодных закусок и салатов (салат-бар). Ванны охлаждаемых прилавков заполняют колотым льдом, на который ставят салатники из прозрачного стекла с салатами и металлические и фарфоровые блюда с холодными закусками. Их располагают в следующем порядке: соки, прохладительные напитки, молочные продукты, масло сливочное, салаты и винегреты, холодные блюда из рыбы, мяса, домашней птицы. Блюда должны быть красиво оформлены. На все блюда с кулинарными изделиями официанты кладут соответствующие приборы для раскладки (ложки и вилки столовые, чайные ложки, лопатки, щипцы). Над охлаждаемым прилавком с холодными закусками можно расположить горку, на которой разместить хлеб, соусы и специи.

Для приготовления яичницы-глазуньи, омлетов в шведскую линию устанавливают передвижную тележку со встроенной плитой. Блюда из яиц готовятся по заказу и подаются туристам горячими. Для подогрева супов, вторых блюд, гарниров используют мармиты, рядом с которыми устанавливают передвижные тележки для подогрева тарелок. При отсутствии специального оборудования устанавливают фуршетные или специальные складные столы (длина одной линии 3-4 м, ширина 1,5-2 м, высота 0,75-0,9 м). Столы накрывают белой скатертью и юбкой, которую опускают почти до пола. На стол ставят вазы-супницы, шафенди-ши для горячих блюд, рядом с ними размещают бульонные чашки группами и блюда стопками, мелкие столовые тарелки 1-2 стопками по 8-10 штук в каждой для вторых блюд. Перед вазами-супницами и ша-фендишами на стол ставят пирожковые тарелки, на которые кладут разливательные ложки для супа, столовые ложки и вилки для порционирования блюд (углублением вниз), а также

плетеную корзину с полотняной салфеткой, сложенной лотосом или конвертом, на которую кладут пампушки, пирожки, гренки, расстегаи. Корзинки с обычными, национальными и диетическими видами хлеба следует размещать в конце шведской линии, чтобы гости могли взять его с учетом выбранных блюд

Ассортимент продукции шведского стола зависит от времени обслуживания (завтрак, обед, ужин). В утреннее время рекомендуется применять один из вариантов недельного меню континентальных завтраков, cereals (сухие завтраки), а также включать сельдь, шпроты, рыбу холодного и горячего копчения, ветчину, сосиски, сыр разных сортов, салаты, овощи, блинчики, запеканки, творог, сметану, соусы, блюда из яиц, каши молочные, выпечные изделия, горячее молоко и сливки.

На завтрак на стол ставят мармит для подогрева яиц, в который вмонтированы рюмки-подставки из огнеупорного материала, тостер.

В обеденное время в меню шведского стола включают 12-16 наименований холодных закусок, 2-3 первых, 4-6 вторых блюд, соусы, десерт (желе, кремы, компоты, фрукты), мучные кондитерские изделия, горячие напитки, соки и фирменные напитки.

В меню ужина на шведском столе включают 8-10 наименований холодных закусок, 4-6 вторых блюд, соусы, десерт, особенно фрукты, мучные кондитерские изделия и горячие напитки.

Ассортимент блюд и кулинарных изделий следует менять по дням недели и проводить недели национальной кухни (русской, белорусской, грузинской, азербайджанской, молдавской и др.).

Для десерта, мучных кондитерских изделий, горячих напитков организуют отдельный шведский стол, на который устанавливают стопки мелких десертных тарелок по 8-10 шт., чайные чашки с блюдцами - группами по 10-15 шт., чайные и десертные ложки располагают в полотняной салфетке, сложенной конвертом, веером. Пирожные укладывают на вазу плато с резной бумажной салфеткой или блюдо, которое закрывают сверху колпаком,

сладкие булочки располагают в низких фарфоровых вазах на полотняных салфетках, пироги - на блюдах, рядом - кондитерские лопатки и щипцы на пирожковых тарелках. Самовар ставят на стол на жостовском подносе. Здесь же ставят кофеварку, сахарницу со щипцами или дозатор с сахарным песком. Вазочки с вареньем, медом ставят на пирожковые тарелки с резными бумажными салфетками и ложками для варенья. Рядом стопки розеток по 6—8 шт.

Предварительная сервировка столов зависит от вида обслуживания (завтрак, обед, ужин).

К завтраку столы сервируют пирожковыми тарелками, закусочными приборами, чайными ложками, фужерами, полотняными и (или) бумажными салфетками, приборами со специями, вазочками с цветами. На стол ставят кувшин со льдом на тарелку с полотняной салфеткой.

К обеду столы дополнительно сервируют столовыми приборами (ножами, ложками, вилками).

К ужину - также, как и к обеду, но без чайных и столовых ложек.

Во время обеда или ужина в зале может быть организована продажа напитков, табачных изделий за наличный расчет через барную стойку или с помощью передвижных тележек.

Для обслуживания шведского стола в ресторане создают бригады поваров и официантов. Каждый работник, входящий в состав бригады, выполняет конкретную работу (сервировка столов, получение и пополнение ассортимента блюд и закусок во время завтрака, обеда и ужина, приготовление горячих закусок по заказу туристов, порционирование и отпуск горячих блюд, накрытие десертного стола и его пополнение сладкими блюдами и горячими напитками, уборка использованной посуды).

Шведский стол работает по методу самообслуживания. В начале линии турист берет поднос, ставит на него тарелку, на которую кладет хлеб, и движется вдоль линии самообслуживания, выбирает закуски и кладет на свою тарелку, подходит к мармитам, где повара отпускают супы и горячие

блюда. Затем гость садится за подготовленный обеденный стол. Десерт и горячий напиток гость берет сам с десертного стола.

Повара и официанты, занятые обслуживанием шведского стола, несут коллективную (бригадную) ответственность.

Закуски, блюда, горячие напитки из холодного и горячего цехов, мучные кулинарные и кондитерские изделия из кондитерского цеха, продукцию из сервис-бара материально-ответственное лицо получает по дневным заборным листам (форма № ОП-6), которые выписываются в двух экземплярах и подписываются директором, главным или старшим бухгалтером предприятия. Первый экземпляр вручается лицу, получившему продукцию, второй остается у заведующего производством. Возврат нереализованной продукции со шведского стола отражается в отдельной графе заборного листа «Возвращено». Заборные листы материально-ответственное лицо сдает в бухгалтерию с приложенной квитанцией о сдаче выручки.

Национальная кухня и особенности питания иностранных туристов. Национальная кухня - неотъемлемая часть культуры каждого народа. Традиции питания, заложенного в национальную кухню, складывались веками, формируя и определяя стереотипы поведения иностранцев в массовом отечественном сознании. На складывающиеся традиции питания накладывали отпечаток особенности исторического развития каждой страны, а также географическое и экономическое положение. Значительное влияние национальная кухня испытывала от воздействия религиозного фактора, т.е. господствующей в данной стране религии. Традиции питания закрепляет национальная кухня.

В современных условиях для каждой национальной кухни характерны две противоречащих друг другу тенденции. С одной стороны, это стремление к обособленной самобытности и неповторимости, а с другой - включение блюд и напитков, присущих национальным кухням соседних стран, а также бывших метрополий и колоний. Тенденцию к взаимопроникновению при

сохранении определенных начал самобытной неповторимости можно проследить на примере японской, корейской и китайской кухни, которые насчитывают около 600 общих блюд (по способу приготовления и рецептуре). Это вполне естественно при сходстве климата и общности истории этих стран. На развитие национальной кухни стран Западной Европы большое влияние оказал исторический фактор. Заимствование новых блюд происходило под влиянием крестовых походов. Пряности и новые продукты (картофель, помидоры, цитрусовые и др.) попали в Европу благодаря эпохе Великих географических открытий. Войны и изменения географических границ на политической карте Европы способствовали активному освоению кулинарного опыта соседних стран.

На национальные кухни отдельных стран большое влияние оказали другие народы. Например, российский фактор национальной кулинарной традиции особенно сильно проявился в национальных кухнях Финляндии и Польши. (Финляндия и часть Польши на протяжении длительного времени входили в состав Российской Империи). В силу исторических причин (разделов Польши) национальная польская кухня также испытывала влияние австрийской и немецкой (прусской) кулинарной традиции. А в связи с тем, что из-за разделов Польши основным прибежищем многочисленной польской политической иммиграции стала Франция, естественным образом поляками происходило заимствование французских рецептов отдельных блюд.

Взаимовлияние имеет место между армянской и болгарской кухнями. Вместе с тем и та и другая испытали также влияние турецкого фактора в силу географических и исторических причин. Многие французские блюда перешли в кухни других народов, утратив историческую связь с родиной. В то же время кухни народов различных стран имеют свои национальные особенности, которые необходимо учитывать при организации питания иностранных туристов в России.

Географическое и климатическое положение отдельных стран

обусловило также различное использование в пище пряностей и приправ. Например, народы Юго-Восточной Азии, Африки, Южной Америки и др. используют для приготовления блюд больше специй, острых соусов, приправ. Народы, проживающие в северных странах, готовят менее острую пищу. В кухне народов Юго-Восточной Азии и Африки для приготовления пищи используют открытый огонь (жарка на вертеле, решетке).

Режим питания народов различных стран зависит от климатических условий. Как правило, жители южных стран в завтрак употребляют мало пищи, но обед и ужин у них обильные. Большинство людей во всех странах мира питаются три раза в день. Во многих странах принят континентальный завтрак.

В ряде стран (Англия, США, Франция, Канада и др.) принят второй завтрак (ланч). По времени он соответствует нашему обеду, но отличается отсутствием первых блюд, состоит из закусок, вторых (рыбных, мясных, овощных) блюд, десерта. Завершается прием пищи черным кофе. Обед соответствует нашему ужину и состоит из закусок, супа, горячего блюда, десерта.

На особенности национальных кухонь большое внимание оказали религиозные обычаи, культовые запреты. Так, мусульманская религия запрещает употребление свинины, буддисты Индии не едят говядины. Китайцы не употребляют в пищу молоко и молочные продукты.

3.2. Назначение и правила составления меню

Меню — это перечень расположенных в определенном порядке различных холодных и горячих закусок, первых и вторых блюд, горячих и холодных напитков, мучных кондитерских изделий, имеющих в продаже в ресторане на данный день с указанием цены, выхода, способа приготовления и перечня входящих в их состав компонентов. Меню — это визитная карточка ресторана и средство рекламы.

На первом этапе составления меню разрабатывают ассортимент блюд

инапитков, содержащий традиционные, новые и фирменные блюда. При этом необходимо постоянно следить за изменяющимися предпочтениями потребителей, изучать спрос на блюда и вносить изменения в меню.

На втором этапе необходимо определить, какие блюда следует выделить в меню. Для привлечения внимания к блюду нужно поместить его название с фотографией и рекламным текстом в самом выгодном месте в меню. Хорошая реклама блюда увеличивает объем его продаж.

На третьем этапе производят анализ блюд, включенных в меню, на популярность и прибыльность. При этом блюда подразделяют на 4 группы: звезды, загадки, любимые коньки и бездомные собаки.

Звезды — блюда, пользующиеся высокой популярностью и прибыльностью. Как правило, это блюда от шеф-повара и фирменные.

Загадки — блюда, которые должны приносить большую прибыль, но еще недостаточно популярны.

Любимые коньки — популярные блюда, **но не** дающие высокой прибыли.

Бездомные собаки — неприбыльные и непопулярные блюда. После анализа блюд меню необходимо увеличить ассортимент звезд, загадок, усовершенствовать любимых коньков и исключить бездомных собак.

При составлении меню необходимо учитывать следующие факторы:

- примерный ассортимент блюд, напитков и изделий;
- наличие сырья и продуктов на складе;
- сезонность продуктов;
- наличие стандартов приготовления блюд (сборников рецептур, технико-технологических карт на новые и фирменные блюда);
- особенности обслуживаемого контингента (возрастные, национальные, профессиональные, религиозные);
- время обслуживания (завтрак, обед, ужин);
- формы обслуживания, рекомендуемые для данного контингента потребителей (бизнес-ланч, шведский стол, семейный обед и др.);

- трудоемкость блюд, кулинарных и кондитерских изделий;
- специализация кухни по отношению к конкурентам;
- предполагаемый уровень прибыли;
- расходы на приобретение продуктов, аренду помещений, заработную плату персонала;
- режим работы предприятия.

Меню должно быть разнообразным по видам сырья (рыбные, продукты моря, мясные, из птицы, дичи, овощные, крупяные, яичные, молочные, мучные) и способам кулинарной обработки (отварные, припущенные, жареные, тушеные, запеченные).

Блюда, включенные в меню, должны быть в наличии в течение всего времени работы зала. При составлении меню комплексного, семейного обеда или бизнес-ланча необходимо предусмотреть чередование блюд по дням недели.

В ресторане меню составляет заведующий производством с участием метрдотеля, затем калькулятор рассчитывает продажные цены на блюда и передает меню директору для утверждения.

При составлении меню для предприятий общественного питания различных типов необходимо соблюдать правила расположения закусок и блюд с учетом последовательности их подачи. В меню включают следующие группы блюд: холодные блюда и закуски, горячие закуски, супы и вторые блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки, мучные кулинарные и кондитерские изделия.

Количество наименований каждой группы блюд устанавливает предприятие общественного питания, исходя из специализации производства и пожеланий потребителей.

На первой странице меню приводится специальное предложение блюд от шеф-повара или блюд данного дня, затем перечень *фирменных блюд*, потом перечень блюд в порядке очередности их подачи.

Оформление меню, карт вин и коктейлей ресторана. Меню с

эмблемой (фирменным знаком) предприятия составляется в ресторане на национальном и русском языках, а при обслуживании иностранных туристов — на русском, английском, французском или немецком языках, печатается типографским способом на плотной бумаге, а Цены проставляются машинописью. Рисунок шрифта должен быть ясным, четким, легко читаемым. Меню, карта вин и коктейлей в ресторане составляются отдельно. Меню подписывают директор, заведующий производством и бухгалтер-калькулятор. Карты вин и коктейлей — директор и бухгалтер-калькулятор. Производить замены или вносить поправки в меню и карты вин, коктейлей могут только лица, подписавшие их.

Меню, карты вин и коктейлей вкладываются в обложки из мелованной бумаги, картона или кожзаменителя. Они являются документами строгого учета. Количество папок, карт вин и коктейлей должно соответствовать числу официантов. Ответственность за их сохранность несет метрдотель. Красочно оформленные меню, карты вин и коктейлей с цветными фотографиями блюд и напитков являются средствами рекламы. Они должны отражать стиль или тематическую направленность ресторана, содержаться в чистоте. Следует избегать всех видов ошибок, как смысловых, так и орфографических, сверяясь со справочной литературой.

3.3. Сервировка стола для иностранных туристов

Важную роль в создании интерьера зала, его эстетическом оформлении, обеспечении психологической настроенности гостей выполняет сервировка стола. Она должна соответствовать виду обслуживания, тематической направленности предприятия, концепции ресторана (литературный, кинематографический, исторический и т.д.).

Осуществляя **тренинг** с официантами, менеджер должен добиться четкого выполнения ими всех технических приемов сервировки:

- овладение методами сервировки с руки, с подноса;
- умение правильно двигаться по залу (не сутулиться, не шаркать

обувью);

- освоение техники подхода к столу (встав за стулом, развернуть корпус под углом 90° к столу, сделать шаг вперед и расположить предметы сервировки на столе справа правой рукой, слева - левой рукой).

Сервировка стола может быть **предварительной и дополнительной**.

Предварительная сервировка стола выполняется в процессе подготовки зала к обслуживанию и включает минимальное количество предметов, которые могут быть использованы в зависимости от вида обслуживания (завтрак, бизнес-ланч, обед или ужин по меню заказных блюд).

Обеденный стол накрывают мольтоном (фланелью), что позволяет избежать шума при сервировке стола. Затем на столе раскладывают отглаженную и сложенную вчетверо по длине скатерть.

Взяв двумя руками за кромки одной из сторон, скатерть резким движением встряхивают и опускают на столешницу так, чтобы центральная складка совпала с центром стола.

Края скатерти должны спускаться не менее чем на 25-35 см от края столешницы, но не ниже сиденья стула. Затем тренинг-менеджер отрабатывает с официантами некоторые виды складывания салфеток, используемые при сервировке стола (рис. 5.1 а-д).

Рассмотрим варианты предварительной сервировки стола для различных видов обслуживания.

Сервировка стола для завтрака состоит из пирожковой тарелки, закусочного прибора, чайной ложки, фужера и полотняной салфетки (рис. 5.2). В меню завтрака, как правило, включают масло сливочное, поэтому сервировку стола дополняют ножами для масла.

В правую руку берут стопку пирожковых тарелок и левой рукой слева размещают на столе в 5-10 см от края стола. Затем берут мелкую столовую тарелку или поднос с расположенными на нем закусочными приборами,

ножами для масла и чайными ложками и справа правой рукой раскладывают закусочные ножи на расстоянии 26—28 см от пирожковых тарелок и 2 см от края стола и чайные ложки параллельно кромке стола ручками вправо. После этого официант перекладывает тарелку или поднос в правую руку и левой рукой слева производит раскладку на столе закусочных вилок. Ножи для масла кладут на правый борт каждой пирожковой тарелки. Ножи располагают ручками вправо или параллельно закусочным вилкам, сервировка стола фужерами осуществляется с подноса. Фужеры ставят справа правой рукой перед чайной ложкой или против лезвия ножа. Полотняные салфетки располагают на пирожковых тарелках или перед каждым гостем.

3.4. Обслуживание банкетов для иностранных туристов.

Виды банкетов

В ресторанах проводят следующие виды банкетов:

- банкет за столом с полным обслуживанием официантами;
- банкет за столом с частичным обслуживанием официантами;
- банкет-фуршет;
- банкет-коктейль;
- банкет-чай;
- комбинированные.

В организации и проведении этих банкетов большая роль отводится менеджеру банкетной службы или метрдотелю ресторана. Менеджер информирует заказчика об особенностях организации и проведения конкретного банкета, определяет необходимое количество официантов, барменов и четко распределяет обязанности между ними.

Менеджер банкетной службы несет ответственность за подготовку залов к обслуживанию, сервировку столов и обслуживание гостей официантами и барменами в соответствии с требованиями этикета. Он

составляет график работы персонала, обслуживающего банкет, в котором указывается: сколько времени отводится на подготовку зала к обслуживанию банкета, подготовку посуды к сервировке, проведение сервировки столов, на отдых персонала (обед, приведение внешнего вида в соответствие с предъявляемыми требованиями).

Менеджер банкетной службы составляет схему обслуживания участников банкета с указанием времени подачи прохладительных и алкогольных напитков, холодных блюд и закусок, горячих блюд, десерта, горячих напитков, уборки использованной посуды и зала после ухода гостей.

Банкет за столом с полным обслуживанием официантами

Банкет носит официальный характер, устраивается по поводу подписания договора, соглашений, визитов представителей зарубежных стран, почетных гостей. Банкет за столом может быть завтраком, обедом или ужином. Продолжительность его 1-1,5 часа. При организации банкета количество мест за столом должно строго соответствовать числу приглашенных.

Размещение гостей за столом и очередность обслуживания участников банкета определяются протоколом. Деловой протокол предусматривает основные правила общения между представителями различных стран. Они регламентируют порядок встреч и проводов, проведения бесед и переговоров.

Особенностью организации обслуживания приема (банкета) является подача всех блюд, напитков в обнос. Количество официантов, обслуживающих банкет, определяется из расчета: два официанта на 6—8 гостей, и обязанности между ними распределяются следующим образом: официанты, подающие блюда, и официанты, подающие напитки.

Проведению приема предшествует тщательная подготовка: выбор вида приема, составление списка приглашенных, рассылку приглашений, составление плана рассадки гостей за столом. Чтобы гости ориентировались

в размещении за столом, можно у входа в банкетный зал выставить на штендере план стола, в котором указать место каждого гостя. Кроме того, на столе у каждого прибора кладется кувертная карточка с указанием фамилии гостя, звания (академик, полковник и т.д.). При составлении меню банкета необходимо учитывать вкусы гостей, их национальные традиции, особенности вероисповедания. В меню включают холодные закуски полными порциями 4-6 наименований, горячую закуску, супы 1-2, вторые блюда (1-2 наименования), десерт, фрукты, горячие напитки (чай, кофе черный). С учетом составленного меню и пожеланий организаторов банкета подбирают алкогольные и прохладительные напитки.

В ходе подготовки к банкету официанты осуществляют подбор и расстановку мебели. Для банкета удобны столы шириной 1,2—1,5 м. Общая длина их определяется из расчета 0,8 м на каждого гостя. Столы выравнивают, покрывают мольтоном и застилают банкетной скатертью. Скатерть должна спускаться со стороны гостей на 25-30 см, с торцов -60-80 см. В зависимости от формы зала, его площади, количества участников банкета столы могут быть расставлены в виде прямых линий, букв Т, П, Ш.

Стол для почетных гостей сервируют с одной стороны. На этом столе скатерть должна спускаться с противоположной стороны на расстояние 10 см от пола. У стен, колонн, в углах зала размещают подсобные столы или серванты. После накрытия столов скатертями их сервируют. Перед сервировкой официанты подбирают столовую посуду и приборы, не допуская трещин, сколов, щербин и других дефектов.

Посуду тщательно полируют и размещают на сервантах или подсобных столах. Сервировку стола начинают с расстановки сервировочных тарелок. Ориентиром для их расстановки являются кресла, полукресла или стулья, которые размещают с интервалом 2025 см. На каждую сервировочную тарелку кладут резную бумажную салфетку «до-лис», а на нее ставят закусочную тарелку. Логотип на тарелке должен располагаться перед гостем. Затем раскладывают приборы с подноса,

застеленного полотняной салфеткой, в определенной последовательности. Справа от сервировочной тарелки кладут ножи (столовый, рыбный, закусочный). Если стол сервируют для обеда, то ложку столовую располагают между рыбным и закусочным ножом. Слева от сервировочной тарелки кладут вилки: столовую, рыбную, закусочную. За сервировочной тарелкой располагают десертный прибор (нож и ложку ручкой вправо, между ними — вилку ручкой влево). Пирожковые тарелки ставят слева на расстоянии 5—10 см от края стола.

На край пирожковой тарелки параллельно или перпендикулярно кромке стола кладут индивидуальный нож для масла.

Сервировку стола стеклянной посудой осуществляют с подноса. Салфетки складывают в форме ракеты, паруса, космоса и кладут каждому гостю на закусочную тарелку.

Специи размещают на столе парами (солонка, перечница) слева от пирожковой тарелки из расчета одна пара специй на двух гостяей). При этом соль ставится слева, перец — справа. При сервировке стола слева за пирожковой тарелкой каждого гостя можно положить отпечатанное банкетное меню. В нем указывают вид банкета (завтрак, обед или ужин), последовательность подачи закусок, блюд и напитков. Меню должно быть отпечатано на двух языках (русском и иностранном для гостей). Кувертные карточки удобно располагать слева за вилками.

В центре стола или по краям его размещают композиции из живых цветов. Стол можно оформить канделябрами со свечами, флагштоками с флажками иностранных государств и другими аксессуарами. Перед началом банкета официанты раскладывают хлеб на пирожковые тарелки щипцами по два-три кусочка пшеничного верхней корочкой влево с левой стороны, ржаной хлеб кладут по два - три кусочка правее пшеничного верхней корочкой от гостя, мякишем влево.

Необходимую для подачи горячих блюд посуду (чашки бульонные, мелкие столовые тарелки) предварительно подогревают на мармите или в

тепловом шкафу. После того как все подготовлено к проведению банкета, метрдотель проводит инструктаж с обслуживающим персоналом, проверяет готовность официантов к работе, инструктирует об особенностях обслуживания участников банкета. Он знакомит официантов со схемой размещения гостей за столом, закрепляет их по секторам обслуживания, распределяет обязанности между ними, поручая более высоким официантам подачу вин, а другим - подачу блюд. Среди каждой группы официантов определяет, кто и когда обносит гостей напитками, блюдами, соусами, производит замену использованной посуды и приборов, определяет маршруты движения официантов, вносящих блюда в зал и выносящих посуду и приборы. Напоминает, чтобы официанты были предупредительными, внимательными, тактичными с гостями, обслуживали их строго по схеме, работали четко, красиво и синхронно.

Выполнение обслуживающим персоналом всех указанных мероприятий способствует организации своевременного и одновременного входа официантов в зал, синхронного обслуживания гостей, выходу официантов из зала с использованной посудой, приборами, напитками согласно номеров обслуживаемых секторов.

Метрдотель выделяет официантов для подготовки и подачи аперитива, обслуживания гостей в отдельном зале десертом и кофе, если это предусмотрено протоколом, уборки банкетных столов.

Для подачи аперитива в банкетном зале организуют буфет-бар с алкогольными и безалкогольными напитками. Бармен по просьбе гостей готовит смешанные напитки: Джин-тоник, Виски-Содовая, Кампа-ри-орандж, Мартини-джуз, а также отпускает водку, коньяк, прохладительные напитки. Орешки из креманок гости берут руками, маслины, оливки накалывают на шпажки, которые располагают рядом в шотах. Подачу аперитива начинают с момента прихода первых гостей и продолжают до приглашения их к банкетному столу.

Места за столом подразделяют на почетные и менее почетные. Самое

почетное место — справа от хозяйки (на приеме с участием женщин) и справа от хозяина, затем следуют почетные места слева от хозяйки и слева от хозяина. По мере удаления от хозяйки и хозяина места становятся менее почетными. Места должны обязательно чередоваться - рядом с женщиной сажают мужчину. При этом следует помнить, что муж с женой не должны сидеть вместе. Не следует предлагать женщине место на конце стола, если на его торце не сидит мужчина.

Официанты в зале помогают гостям занять места в соответствии с планом рассадки. Обслуживание производится строго по протоколу. Официанты обслуживают гостей синхронно в каждом закрепленном за ними секторе стола.

Затем каждый официант берет бутылку с водкой в правую руку и справа наливает в водочные рюмки. Когда официант отходит от третьего гостя, в зал входят официанты с блюдами, расположенными на левой руке поверх ручника с прибором для раскладки. Они подходят к гостям слева и перекладывают порцию рыбного холодного блюда в тарелку гостя.

Салат Дары Моря подают в вазах слева в обнос, используя салатный прибор для раскладки. Когда гости съедят рыбные закуски, официанты, подающие вина, производят сбор использованной посуды (закусочных тарелок и приборов). Официанты, подающие блюда, производят досервировку стола закусочными тарелками и приборами.

Официанты, подающие вина, берут в левую руку тот прохладительный напиток, которые ранее выбрали почетные гости, и бутылку водки, подходят к гостям справа и доливают напитки.

Аналогично наливают остальным гостям водку и другой прохладительный напиток.

Официанты, подающие блюда, обносят гостей вначале мясным холодным блюдом, затем Овощным букетом с зеленью, состоящим из натуральных овощей, которые гости берут руками, и завершают подачу холодных блюд Баклажанами, фаршированными грецкими орехами с

соусом Провансаль.

Официанты, подающие блюда, осуществляют сбор использованной посуды. Затем официанты, подающие вина, предлагают гостям водку и прохладительные напитки.

Горячую закуску Кокиль из крабов официанты подают с подноса. Для этого на круглых подносах, застеленных полотняными салфетками, располагают горячие закуски в кокильницах, поставленных на пирожковые тарелки с бумажными салфетками «долис». Ручки кокильниц направлены влево, перед ними кладут закусочные вилки ручками вправо.

Официанты, подающие блюда, осуществляют сбор использованной посуды на подносы, а официанты, подающие вина, производят досервировку стола подогретыми мелкими столовыми тарелками.

Затем первые официанты вносят в зал вторые рыбные блюда и обносят ими гостей в соответствии с протоколом. После чего официанты, подающие вина, наливают гостям белые столовые вина в рейнвейные рюмки.

Официанты, подающие блюда, производят сбор использованной посуды, а официанты, подающие вина, досервировывают стол подогретыми мелкими столовыми тарелками.

Затем первые официанты вносят в зал вторые мясные блюда, а официанты, подающие вина, наливают гостям красные столовые вина в лафитные рюмки.

Перед подачей десерта со стола убирают использованные тарелки и приборы, пирожковые тарелки и специи.

Десерт Бисквит с лесными ягодами официанты приносят в зал на мелких десертных тарелках и подают с подноса или «с руки» справа.

Официанты, подающие вина, наливают гостям шампанское в бокалы, заполняя их на 2/3 объема. После чего официанты подают гостям подготовленные фрукты в вазах «в обнос».

Официанты, подающие вина, производят уборку стола, а другие

официанты ставят перед каждым гостем чашечку с черным кофе. Ручка чашки повернута вправо, а кофейной ложки - влево.

Официанты, подающие напитки, осуществляют подачу с подноса рюмок с коньяком.

По окончании приема официанты убирают использованную посуду в следующей последовательности: вначале полотняные салфетки, затем чашки с блюдцами и кофейными ложками. И использованную посуду ставят на подносы. При сборе стеклянной посуды ее сортируют по видам и ставят на подносы. В последнюю очередь убирают аксессуары, снимают со стола скатерти и складывают их, используя технические приемы.

Банкет за столом с частичным обслуживанием официантами

Банкеты с такой формой обслуживания являются наиболее распространенными и носят неофициальный характер. Они проводятся по случаю семейного торжества, свадьбы, встречи друзей, юбилея и др. В отличие от официального банкета за столом с полным обслуживанием официантами на неофициальных банкетах гости за столом размещаются произвольно. Однако места в центре стола предусматриваются для почетных гостей и устроителя банкета. Если на банкет приглашено много гостей и для них устраивается несколько столов, то почетные гости и устроитель банкета садятся за отдельный, центральный стол.

В меню банкета включается широкий ассортимент холодных закусок, солений, которые предусматриваются из расчета 1/2-1/4 порции на каждого участника, с тем чтобы обеспечить их большее разнообразие.

Гостям также предлагается горячая закуска, одно-два горячих блюда, десерт, фрукты. Завершается банкет подачей кофе, чая и кондитерских изделий. До прихода гостей на сервированный стол ставят холодные закуски, напитки, фрукты. При расчете числа официантов для таких банкетов исходят из обслуживания одним официантом 12-15 гостей.

Так же, как и для банкета за столом с полным обслуживанием официантами, заранее производится расчет посуды, белья, необходимых

для обслуживания участников банкета с частичным обслуживанием официантами. Принципиальным отличием этого банкета является то, что количество блюд, салатников и др. для холодных закусок и их емкость определяются исходя не из числа официантов, подающих блюда, а с учетом численности участников банкета, количества и ассортимента заказанных закусок, размера и количества банкетных столов.

Считается удобным для гостей, когда блюда, вазы, салатники, в которых размещены одинаковые закуски, повторяются через 6-10 мест. При этом каждый сидящий за столом сам, или попросив соседа, может взять с блюда любую закуску. Расстановка столов, покрытие их скатертями, сервировка посудой и приборами осуществляются в основном так же, как и при банкете с полным обслуживанием. Для каждого гостя на стол ставят сервировочную, закусочную и пирожковую тарелки, кладут закусочный нож и вилку, один прибор для второго блюда (мясного или рыбного), ставят фужер и рюмки для вина и водки.

Десертные приборы можно положить на стол заранее, но, как правило, их подают одновременно с десертом. Стол украшают живыми цветами в вазе или композицией из цветов, (рис. XXVII) Холодные закуски ставят на стол за 30—60 мин до начала обслуживания.

Метрдотель, исходя из заказа, количества столов и гостей за каждым из них, заранее определяет и сообщает официантам, в какой посуде, с каким количеством порций следует подавать блюда, общее количество блюд, ваз, салатников и др., которые должны быть поставлены на каждый стол. Для удобства такой расчет метрдотель может положить на свободный стол в банкетном зале.

Посуду с закусками расставляют на столе в определенной последовательности. Начинают расстановку с закусок в больших блюдах, ближе к центру расставляют закуски в вазах (на ножке) или в посуде с высокими бортами (салатники). Закуски в низкой посуде небольшой емкости ставят ближе к предметам сервировки. Закуски могут быть

расставлены в один или два ряда. Это зависит от ширины стола, количества закусок, размеров посуды.

В каждое блюдо кладут приборы для раскладки. Икорницы, салатники ставят на пирожковые или закусочные тарелки. Закуски расставляют на столе, чередуя их с равными интервалами. Соусы в фарфоровых соусниках ставят на пирожковой тарелке слева от блюда, для которого они предназначены. Соусник ставят ручкой влево, перед ним (на пирожковую тарелку) кладут чайную ложку ручкой вправо, за пирожковой тарелкой — соль, перец, по оси стола — вазы с фруктами и цветами.

В интервалах между группами рюмок гостей расставляют равномерно по всему столу бутылки с напитками. Этикетки должны быть обращены к краю стола, чтобы гости могли выбрать и налить себе желаемый напиток. Перед расстановкой бутылки подготавливают - протирают ручником, проверяют укупорку, наличие акцизных марок, этикеток. По договоренности с заказчиком часть бутылок открывают, протирают горлышки, закрывают другими пробками. Бутылки с металлическими пробками (вода, пиво, квас, соки) откупоривают перед приглашением гостей к столу.

Расставив напитки, официанты раскладывают на пирожковые тарелки хлеб. Если предусмотрены тосты, кулебяки, расстегаи, то их раскладывают также на пирожковые тарелки, сдвинув хлеб. Завершают подготовку расстановкой кресел (стульев) против каждого прибора.

Официанты, каждый в отведенном секторе, встречают пришедших гостей, помогают им сесть за стол. Рассадив гостей, официанты начинают обслуживание с почетных гостей и наливают напитки из бутылок, взятых с банкетного стола. Остальным гостям официанты наливают напитки, начиная с торца и двигаясь вдоль стола по часовой стрелке. Затем официанты помогают гостям в раскладке закусок на тарелки в последовательности, обусловленной в меню.

Как правило, начинают подачу с икры зернистой или кетовой и масла

сливочного или с малосоленой рыбы. Предложив их гостям, официанты ставят блюда снова на банкетный стол, а освободившиеся уносят из зала.

Затем гостям предлагают натуральные овощи, отварную или заливную рыбу, ассорти рыбное и наливают в рюмки напитки. После подачи рыбных закусок убирают освободившиеся блюда и бутылки и обязательно заменяют закусочные тарелки и приборы, предварительно спросив разрешения гостя.

Одни официанты убирают использованные тарелки и приборы, используя технические приемы, другие ставят на стол чистые закусочные тарелки и приборы. После этого гостей обносят мясными закусками.

Перед подачей горячих блюд обычно делают перерыв. В это время гости танцуют, курят, беседуют, а официанты подготавливают стол - убирают использованную посуду, бутылки, заменяют тарелки и приборы, добавляют хлеб и т.д., если гости не встают из-за стола, то подготовка стола производится при них (быстро, бесшумно). Со стола не убирают свежие и маринованные овощи, масло, сыр, т.е. блюда, которые гости могут взять при подаче горячего блюда. По желанию заказчика на столе могут быть оставлены и другие закуски, но их следует переложить, чтобы посуда не казалась пустой, а блюда неоформленными. Горячие блюда, как правило, подают разложенными на тарелки на производстве. После подачи горячих блюд наливают вино.

Перед подачей десерта (с разрешения заказчика) со стола убирают закуски, тарелки, столовые приборы, хлеб, специи, соусы, убирают крошки. На столе остаются вазы с фруктами, и если оставлена вода — фужеры для нее. На освободившееся место ставят вазы плато с тортом или пирожными и лопаткой для раскладки, вазочки с конфетами, креманки с сахаром и щипцами, лимон в лотках с двухрожковой вилкой для раскладки. Десертные блюда официанты получают с производства на мелких десертных тарелках или в креманках и подают сначала почетным, а затем остальным гостям.

В процессе обслуживания гостей официанты по мере заполнения

пепельниц (1-2 окурка) производят их замену.

Перед подачей горячих напитков со стола убирают мелкие десертные тарелки с приборами или креманки и производят досервировку стола десертными тарелками и вилочками для пирожных.

Завершается обслуживание банкета подачей горячих напитков (чая или кофе) в соответствии с пожеланиями гостей.

Банкет-фуршет

Преимуществами банкета-фуршет являются: возможность на небольшой площади зала обслужить значительное количество приглашенных, свободный выбор участниками банкета мест в зале, возможность подойти для беседы к любому гостю; приглашенные могут уходить с банкета в любое время, не дожидаясь его окончания; стоимость банкета в расчете на одного гостя значительно ниже, чем при организации банкета за столом. На таком банкете один официант обслуживает 15—20 гостей.

При организации банкета-фуршет используют столы высотой 0,9-1 м, шириной 1,2—1,5 м. Длина стола определяется из расчета: 1 м на 6-8 гостей при двустороннем использовании столов.

В зависимости от площади и конфигурации зала столы устанавливают в одну линию, несколькими рядами или в виде букв П, Т, Ш. При небольшом количестве участников банкета используют круглые или овальные столы. Один из столов в зале отводится для почетных гостей. Он должен быть расположен перпендикулярно к остальным столам. Расстояние между столами и от столов до стен должно быть не менее 1,5 м для удобства передвижения гостей. В углах зала располагают небольшие столы, накрытые скатертями, на которые ставят пепельницы, спички или зажигалки, свечи. На них гости могут поставить использованную посуду. В зале устанавливают также серванты для работы официантов.

Фуршетные столы накрывают скатертями-юбками. Вначале столешницу застилают скатертью, соответствующей его длине. Ею

покрывают стол таким образом, чтобы она спускалась со всех сторон на 15-20 см. по периметру стола пришивают липучую ленту. «Юбку» крепят к скатерти, покрывающей столешницу, липучими лентами и пластмассовыми замками. Спуск скатерти на всех столах должен быть одинаковым 5-10 см от пола.

Фуршетный стол сервируют стеклянной посудой в зависимости от ассортимента заказанных алкогольных и безалкогольных напитков. На стол не ставят бокалы для шампанского, коньячные и ликерные рюмки. На каждого участника банкета при сервировке стола подбирают стеклянную и фарфоровую посуду, столовые приборы.

Банкет-чай - вид банкета, на котором хозяйкой является женщина, и устраивается он для женщин. Однако в нем могут принять участие и мужчины. Такой банкет проводят во второй половине дня, обычно с 16 до 18 ч., продолжительность его не более 2 ч., количество участников 6-12 человек, но может быть и больше (30-40). Обслуживание банкета-чая рекомендуется поручать официантам из расчета 2 официантов на 8-10 гостей.

Для банкета-чая подбирают небольшой уютный зал с неярким освещением и оригинальным интерьером. В зале устанавливают круглые или овальные столы, за которыми располагаются гости небольшими группами по 4-6 человек. При отсутствии круглых или овальных столов используют квадратные или прямоугольные, рядом с которыми размещают стулья, полукресла, банкетки, небольшие диваны. Столы ставят в центре зала или у стен, над ними располагают светильники. Расстояние между столами должно обеспечивать достаточные проходы для гостей и официантов. Для удобства работы официантов может быть поставлен подсобный столик, накрытый скатертью, на котором размещают сигаретницы с сигаретами и спички. Обеденные столы для гостей накрывают тонкими льняными цветными скатертями нежных пастельных тонов с рисунком или вышитыми скатертями. Льняные салфетки подбирают тех же тонов, что и скатерти. Салфетки могут быть и других тонов, например контрастных, но удачно

сочетающихся с цветом скатерти. Если для банкета-чая используют полированные столы, то их скатертями не накрывают, а применяют специальные сервировочные салфетки.

Для организации банкета-чая используют десертные тарелки, десертные и фруктовые приборы, рюмки мадерные, для коньяка, ликера, бокалы для шампанского, фужеры, чашки чайные и кофейные, сахарницы и щипцы для сахара, лоточки для лимона, вилки для лимона, вазочки и розетки для варенья, вазы для фруктов и кондитерских изделий, приборы для раскладывания.

К чайному столу подают сладкие блюда (Блинчики с черничным кремом и лесными ягодами под горячим клубничным соусом; Суфле из белого и черного шоколада с дольками апельсина и апельсиновым соусом или Нежный мятно-ванильный мусс на тонком бисквите с фисташковым грильяжем, карамелью, свежими ягодами и мятно-апельсиновым соусом; Мороженое Сюрприз, варенье, конфеты, шоколадные наборы, пирожки, торты, пирожные, кексы, печенье, бисквит, ягоды, фрукты). Из прохладительных напитков могут быть вода минеральная и фруктовая; из алкогольных напитков десертные вина, ликеры, коньяк. Если банкет-чай организован в честь какого-либо торжества, на стол может быть подано шампанское. В этом случае производят сервировку стола бокалами для шампанского.

Тарелки для фруктов в любом варианте сервировки можно поставить на стол стопками по 4-6 штук рядом с вазой на высокой ножке, на дно которой стелят полотняную салфетку, сложенную лотосом, и укладывают фрукты. В центре стола ставят вазу плато с резной бумажной салфеткой, на которую укладывают торт, нарезанный на порции, рядом располагают десертную лопатку. На стол ставят конфеты без оберток в вазочках; печенье — в вазочках или на тарелке с салфеткой; варенье — в стеклянной или хрустальной вазочке на пирожковой тарелке с резной бумажной салфеткой и ложкой для раскладки. Варенье нескольких видов (вишневое, абрикосовое,

клубничное, из плодов крыжовника) можно подать в менажнице. При подаче варенья рядом с вазочкой или менажницей на столе должны быть стопки розеток по 4—6 шт. С шоколадного набора снимают крышку, кладут ее на стол углублением вниз, а сверху — шоколадное ассорти под углом к крышке. Последними ставят на стол вина, лимон в лотке с двухрожковой вилкой для раскладки.

Чай подают двумя способами: из самовара или парами чайников (заварочный и доливной). Самовар на жостовском или серебряном подносе ставят на основной стол слева от хозяйки или на подсобный небольшой стол, поставленный вплотную к основному с левой стороны от хозяйки. Фарфоровый чайник с заранее заваренным чаем и чашки ставят около самовара. Хозяйка встречает гостей. Когда гости разместятся за столом, официанты предлагают им сладкие блюда, а затем вина. Если предусмотрена подача вин двух наименований, официант, подающий вина, показывает бутылки с винами (слева) и после выбора наливает их (справа от гостя). Обслуживание начинают с почетных гостей, затем старших по возрасту и далее остальных. Десертное блюдо в креманке подается на пирожковой тарелке, на которую положена десертная ложка ручкой вправо. Ставят перед гостем правой рукой с правой стороны.

После этого официанты начинают готовить к подаче горячие напитки (убирают со стола использованную посуду). Приносят сливки, молоко, а затем подают чай. Чай из самовара наливает хозяйка. Официанты помогают ей в подаче чая гостям, сидящим вдали от хозяйки, подносят чистые чашки и чайник с заваркой. По просьбе хозяйки чай могут разливать и предлагать его гостям официанты. Чашки ставят на блюдце ручкой влево. Чайную ложку кладут ручкой вправо и чашку с блюдцем ставят на стол перед гостем справа правой рукой. Десертная тарелка остается слева от гостя и он кладет на нее пирожное, конфеты, печенье.

Подав чай, официанты предлагают гостям ликер. Ликер наливают в ликерные рюмки. Заполненные на подсобном столе рюмки устанавливают на

небольшой поднос и ставят перед гостем за чайной чашкой.

Чай на столе доливать не рекомендуется. Чай наливают на дополнительном (приставленном к основному) столе в чистую чашку и подают гостю с правой стороны правой рукой, предварительно убрав с левой стороны левой рукой использованную чашку.

По желанию гостей можно предложить чашку кофе с подноса, налив ее из кофейника. После наполнения чашек кофе кофейник ставят на десертную тарелку с тисненой бумажной салфеткой. Если гость захочет еще кофе, то его можно налить в поданную ему ранее чашку, не снимая чашку со стола. К кофе гостям предлагают ликеры: Калуа, Бейлис или коньяки: Арарат, Тбилиси, Реми Мартин ХО.

На банкете-чай фужеры для воды на столы не ставят. Поэтому до начала банкета производят подготовку дополнительного столика. Его накрывают скатертью, сочетающуюся по цвету с банкетными скатертями. На него ставят воду в бутылках, здесь же - фужеры. Официанты по просьбе гостей ставят фужеры на стол и, подойдя к гостю справа, правой рукой наливают прохладительный напиток. Первыми из-за стола встают гости.

3.5. Организационная структура управления рестораном

В ресторанном бизнесе решение вопросов, связанных с управлением персоналом, осуществляет руководитель, который подбирает команду и определяет функциональные обязанности каждого работника.

Предприятие общественного питания имеет определенную организационную структуру, которая базируется на горизонтальном и вертикальном разделении управленческого труда. Вертикальное разделение труда включает несколько уровней управления, а горизонтальное основывается на четком определении функций, выполняемых каждым подразделением ресторана. Ниже приведена примерная схема организационной структуры управления рестораном.

Работники, составляющие аппарат управления, подразделяются на три

основные группы: руководители, специалисты и технические исполнители. Все эти категории работников имеют разную профессиональную подготовку и выполняют различные управленческие операции.

Руководители - менеджеры высшего звена, которые организуют работу структурных подразделений ресторана. Руководители организуют работу предприятий, принимают управленческие решения и несут полную ответственность за выполнение принятых решений и результаты работы предприятий (организаций, подразделений). Руководители, как правило, имеют высшее специальное образование и практический опыт работы в отрасли.

Специалисты - сотрудники аппарата управления, обладающие специальными знаниями, умениями и навыками. Они принимают участие в разработке вариантов управленческих решений и несут ответственность за качество выполняемой работы. Специалисты имеют высшее или среднее специальное образование. Специалисты выполняют Функции инженеров, экономистов, бухгалтеров, юристов, социологов, технологов и т.д.

Технические исполнители - сотрудники аппарата управления, выполняющие вспомогательные функции. Они имеют специальную профессионально-техническую подготовку. Взаимодействие всех этих категорий работников, занятых в аппарате управления, способствует достижению целей ресторана, направленных на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли.

Кадровая политика ресторана. Основными направлениями кадровой политики ресторана являются следующие:

1. Кадровое планирование;
2. Разработка профессионально-квалификационных моделей и требований к персоналу по должностям и профессиям;
3. Отбор персонала;
4. Определение заработной платы и льгот, организация системы оплаты и стимулирования труда;

5. ПрофорIENTATION и адаптация персонала, работа с увольняющимися;
6. Подбор, расстановка, продвижение кадров. Планирование деловой карьеры (вертикальной или горизонтальной);
7. Профессиональное обучение, переподготовка и повышение квалификации персонала;
8. Оценка персонала и результатов его трудовой деятельности;
9. Анализ и исследования персонала и рынка труда;
10. Совершенствование работы с персоналом на предприятии.

Цель кадрового планирования заключается в том, чтобы предоставить работающим рабочие места в нужное время и в необходимом количестве, с учетом требования производства. Рабочие места должны способствовать росту производительности и реализации способностей работников.

Кадровое планирование осуществляется как в интересах предприятия, так и его персонала. Оно должно создать условия для мотивации более высокой производительности труда и удовлетворенности работой, а также учитывать интересы всех работников.

Отбор кандидатов на работу начинается прежде всего с определения потребности ресторана в персонале и имеющихся вакансий. Потребности эти характеризуются как количественными показателями (выбор метода расчета численности персонала), так и качественными (разделение труда в технологической цепочке, требования к должностям и рабочим местам, составление штатного расписания, должностных характеристик и т.д.). После определения потребности в персонале ресторатор переходит непосредственно к поиску кандидатов. Источниками покрытия потребности в персонале могут быть учебные заведения, коммерческие учебные центры, посреднические фирмы, центры обеспеченности занятости и другие социальные организации. Кроме того, возможен набор кандидатов со свободного рынка труда, а также из собственных внутренних источников предприятия. После рассмотрения заявлений набранных оппонентов начинается анализ и отбор кандидатов. Существует множество способов

отбора кадров, но наиболее распространенными считаются анкетирование и собеседование. Прошедшие отбор кандидаты заключают трудовой договор (контракт), директор фирмы подписывает приказ о приеме на работу, в отделе кадров делают соответствующую запись в трудовой книжке. В бухгалтерии на каждого работника заводится лицевой счет по заработной плате, формируется личное дело с приложением к нему заявления о приеме на работу, резюме и автобиографии работника, формы Т-2 и других документов.

При приеме на работу в ресторан к кандидатам предъявляются следующие требования:

- наличие у них таких документов, как: паспорт с постоянной пропиской; медицинской книжки с голограммой и отметкой о проведенном обследовании; документа, подтверждающего уровень профессиональных знаний; трудовой книжки и карточки пенсионного страхования, а также личного заявления;

- опрятный и приятный внешний вид;

- уверенность в собственных силах, честность, энергичность, увлеченность и заинтересованность работой. Также учитывают профессиональные знания, умения и навыки, стаж работы по специальности.

В соответствии с основными направлениями кадровой политики ресторана разрабатывается план социального развития персонала и концепция управления им.

План социального развития персонала ресторана предусматривает достаточную материально-техническую базу для обеспечения бесперебойной работы-всех подразделений предприятия. Все оборудование должно быть надежным, современным и удобным в использовании. Правильная планировка помещений также играет немаловажную роль в повышении производительности труда.

На предприятии должно быть создано как можно больше условий, способствующих устойчивой работоспособности персонала, к которым

относятся: наличие на предприятии комнаты отдыха, правильная организация рабочих мест, окружающая работника среда должна отвечать техническим и эстетическим требованиям профессии (достаточные вентиляция и освещение, отсутствие вредных факторов окружающей среды таких, как повышенный шум, вибрация, едкие запахи и т.д.). Немаловажным условием, способствующим устойчивой работоспособности персонала, является также поддержание оптимального социально-психологического климата в коллективе, включая и отношения руководителя с подчиненными. Руководитель не должен ставить себя выше других, показывать свою значимость. За хорошую работу он должен хвалить работников, а за ошибки ни в коем случае не ругать (тем более прилюдно), а разбирать их, объяснять подчиненным, где именно они допустили ошибки и как этого можно избежать в будущем.

Метрдотель и заведующий производством должны знать своих работников, интересоваться их семьей, здоровьем, детьми.

В дни праздников и в дни рождения персоналу ресторана целесообразно вручать подарки или денежные премии от предприятия.

Руководители структурных подразделений ресторана должны проводить собрания, на которых будут объявляться отличившиеся за последнее время работники, а также разбираться причины неудач и пути их устранения в будущем. В обязанность руководителей структурных подразделений также входит формирование хороших взаимоотношений и общего настроения в коллективе. При подборе работников для обслуживания спецмероприятий и просто в смену особое внимание следует уделять их совместимости (т.е. взаимопониманию).

Во время отпусков желательно организовать отдых работников по льготным путевкам за минимальную плату. Для детей следует предусмотреть летние лагеря отдыха.

Для повышения квалификации работников предусматривается бесплатное обучение при условии хорошей работы их на предприятии и

продления срочного трудового договора.

Заработная плата должна выплачиваться работникам в соответствии с профессиональными знаниями и умениями, применяемыми ими в работе, отношением к ней (обязательность и трудолюбие) и стажем работы вообще и в частности на данном предприятии. За хорошую работу и выполнение распоряжений и указаний руководства необходимо осуществлять премирование работников премируются. Каждый работник, с Учетом его профессионального мастерства и личных достижений должен иметь реальную возможность карьерного роста.

С планом социального развития работников тесно связана концепция управления персоналом, принимаемая администрацией ресторана для достижения максимальных результатов в работе.

При открытии ресторана разрабатывают концепцию управления Персоналом. Основу концепции управления персоналом составляет возрастающая роль личности работника, а также знание менеджером мотивационных установок своих подчиненных и умение их правильно использовать и формировать.

Профессиональная этика работников ресторана. Деловое общение играет важную роль в жизни работников ресторанного сервиса. Оно определяет отношения между людьми и строится на основе этических норм и правил. С этических позиций должна оцениваться деятельность менеджеров и персонала в сфере предоставления услуг общественного питания. Данная сфера базируется на непосредственном контакте работников ресторана с потребителями, что требует повышения уровня организационной культуры.

Характеристика уровня организационной культуры в ресторанах.

Анализируя представленную информацию, можно сделать вывод об уровне организационной культуры в ресторане.

В современных условиях должное внимание уделяется конкретизации обще организационных поведенческих стандартов. Этические требования находят отражение в Правилах внутреннего трудового распорядка, в

должностных инструкциях и контрактах.

Практика внедрения поведенческих стандартов в России и за рубежом показывает, что основу делового поведения должны составлять служебный, деловой и речевой этикет.

Служебный этикет - совокупность норм, правил, предписаний, определяющих отношения между людьми в процессе совместной деятельности.

Правила служебного этикета:

- одинаковая осведомленность о положении дел в рамках компетенции должностных лиц по вертикале;
- правильная установка в процессе коммуникации; формулируя сообщение, нужно продумать ход его выполнения, возможности реализации;
- соблюдение правила объективности выдерживание принципа, что ничего не может быть выше дела и делового сотрудничества;
- основу служебного этикета составляет речевой этикет и соблюдение правил поведения в обществе;
- поощрение работников в форме премирования, награждения, благодарности и комплимента;
- наказание работника должно быть объективным, соответствовать степени ответственности, степени осознанности; важно научиться осуждать проступок, а не личность;
- служебный этикет должен быть непосредственно связан с принципами управления коллективом.

Основные принципы управления коллективом:

- отчетливо поставленные цели (перспективные и текущие) перед коллективом в целом и каждым сотрудником;
- служебная консультация с целью достижения результатов в работе;
- разработка должностных инструкций, максимально

приспособленных для решения конкретных задач;

- делегирование полномочий путем передачи подчиненному задач или сферы действий руководителя. При этом делегируются права, компетенция и ответственности. С подчиненных необходимо требовать результаты, сроки выполнения работ, осуществлять контроль за производственно-торговым процессом, стимулировать и консультировать работников, давать оценку из работы. Полное или частичное делегирование полномочий не снимает ответственность и с менеджера;
- устное распоряжение является важнейшим элементом делового общения; оно выступает в форме прямого предложения выполнить определенное действие; отдается лично исполнителю.
- Основу служебного этикета составляют.
- стиль взаимоотношений руководителя с подчиненными, который определяет уровень корпоративной культуры ресторана (общей для всех его работников системы ценностей, морально-этических норм, правил, обычаев).

В ресторане, где руководитель и менеджеры доброжелательно относятся к своим подчиненным, делегируют им полномочия и предоставляют возможность действовать в соответствующих ситуациях по своему усмотрению, сотрудники ощущают себя более уверенно, передают хорошее настроение потребителям.

Мотивация работников — готовность и стремление человека выполнить свою работу наилучшим образом для достижения его личных целей и целей предприятия. В системе мотивации или стимулирования существенным является достижение правильного соотношения между поощрением и наказанием. Эффективное управление мотивацией осуществляется путем анкетирования сотрудников ресторана. Содержание анкет должно отражать совокупность факторов, влияющих на удовлетворение потребностей сотрудников в процессе совместной деятельности,

способствовать созданию благоприятных условий для трудовой деятельности.

Коллективизм, работа в команде. Корпоративные ценности, система мотивации способствуют успешной работе коллектива, созданию команды единомышленников.

Подбор персонала. При правильном подборе кадров личностные качества обслуживающего персонала должны сочетаться с контингентом потребителей. Это способствует созданию оптимальных взаимоотношений персонала и потребителей. Если персонал выполняет свои обязанности в привычной для него манере, гость чувствует себя более комфортно. При разработке правил или предписаний для новых сотрудников необходимо описать нормы поведения и общения в коллективе, объяснить существующие традиции. Это способствует ускорению процесса адаптации и выбору правильной позиции в общении с членами коллектива.

Подготовка персонала. Наиболее распространенным способом обучения младшего и среднего обслуживающего персонала является прикрепление новых работников к опытным, имеющим стаж работы на предприятии, проведение тренингов.

Деловой этикет - совокупность характеристик (заповедей) делового мира, в основе которых лежит уважение к личности человека, признание его индивидуальности. Деловой этикет предпринимателя в сфере ресторанного бизнеса включает нормы профессионального поведения— профессиональной этики.

Современный предприниматель в сфере ресторанного бизнеса:

- убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для общества в целом;
- исходит из того, что окружающие его люди хотят и умеют работать, стремятся реализовать свои возможности вместе с ним;
- верит в ресторанный бизнес, его привлекательность, относится к нему как к искусству;

- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость партнерства в бизнесе;
- уважает себя как личность и ценит личность в каждом из окружающих его людей;
- уважает государственную власть, любую юбственнолы, то 1 шальныйпо-рядок, законы;
- доверяет не только себе, но и другим, уважает профессионализм и компетентность;
- ценит образование, науку и технику, культуру, экологию;
- стремится к техническому прогрессу, нововведениям;
- проявляет гуманизм (человечность, любовь к людям).

Формируя себя как предпринимателя, необходимо быть вежливым, тактичным, доброжелательным и уметь управлять своими эмоциями; важно сформировать имидж делового человека, который обеспечит успех.

Этикет делового человека включает:

- правила представления и знакомства;
- правила ведения деловых бесед и переговоров;
- правила деловой переписки;
- порядок ведения телефонных переговоров;
- требования к внешнему виду, манерам поведения;
- овладение речевым этикетом.

3.6. Основы безопасности жизнедеятельности туристов

Начиная с первых годов независимости были разработаны правовые основы безопасности жизнедеятельности граждан нашей страны.

Правовые основы безопасности жизнедеятельности составляют Конституция Республики Узбекистан, указы Президента Республики Узбекистан, законы Республики Узбекистан, постановления Кабинета Министров, приказы и предписания различных министерств. На рис 2.1 приведен состав основных правовых и нормативно-технических документов.

Благодаря политике проводимой Президентом страны интересы, достоинства человека находится на первом месте. Основу Конституции Республики Узбекистан также составляет человек его достоинства, ценность, здоровье. Жизнь и права человека на жизнь охраняется Конституцией.

В Конституции Республики Узбекистан принятой 8 декабря 1992 года уделено большое внимание вопросам безопасности и защите граждан. В 93-й статье Конституции Республики Узбекистан указывается, что при чрезвычайных ситуациях Президент Республики Узбекистан в целях обеспечения безопасности граждан на всей территории Республики Узбекистан или в ее отдельных местах может объявлять чрезвычайное положение и в 3-х дневные срок вводит принятое постановление на утверждение Олий Мажлиса республики Узбекистан. Условия и порядок введения чрезвычайного положения определяется законом.

В полномочие Олий Мажлиса входит утверждение указов Президента Республики Узбекистан об объявлении общей и частичной мобилизации, о введении чрезвычайного положения, удлинение и остановка их сроков (78-статья).

К задачам органов Местных хокимиятов определенных Конституцией входят следующие:

- обеспечение законности, правопорядка и безопасности граждан;
- формирование местного бюджета и его исполнение, определение местных налогов, сборов, создание внебюджетных средств;
- охрана окружающей среды (100- статья).

IX раздел Конституции направлен на защиту экономических и социальных прав. В в 6-й статье указано, что каждый гражданин имеет право трудиться в порядке указанном законе, на свободной выбор профессии, работать в приемлемых условиях и на защиту от безработицы. Далее указывается что «принуждение к труду кроме случаев прохождения приговора по решению суда или в других случаях указанным законом (во

время прохождения военной службы, в условиях чрезвычайных ситуаций и др.) запрещается».

• 7-й статья Конституции «все граждане работающие по найму имеют право на отдых. Рабочее время и срок оплачиваемого отпуска определяется законом» обеспечивает реализацию гражданами прав на отдых. 38-ой статье в целях обеспечения безопасности жизнедеятельности граждан указывается, что «при старости, потере трудоспособности, т.е. лишении кормилицы и в других случаях указанном в законе каждый имеет право на получение социального обеспечения, причем размер пенсий, социальной помощи должно быть не ниже размеров официально установленного прожиточного минимума».

• 39-я статья гласит, что «каждый человек имеет право пользоваться квалифицированными медицинскими услугами». Это приводит к широкой организации разного рода медицинских учреждений, в том числе частных лечебных учреждений, появлению конкуренции в сфере медицины и созданию возможности обеспечения жителей пользоваться квалифицированными медицинскими услугами.

Законы, нормативные документы охраны труда граждан. Правовые основы охраны труда в нашей стране создано на основе закона Республики Узбекистан «О охране труда» (1993 год 6 май), Кодекса труда (1995 год 21 декабрь, №161-1), «Устав о расследовании и учете производственных несчастных случаев и других видов заболеваний работников» (постановление Кабинета Министров №286 от 6 июня 1997 года) и других государственных стандартов и инструкций.

Закон Республики Узбекистан «О охране труда» состоит из 5 разделов 29 статей, определяет единый порядок организации защиты труда независимо от способов производства и форм собственности и направлена на охрану здоровья и труда граждан.

В первом разделе закона именуемый общими правилами (всего 7 статей) указано: «Охрана труда – это действующий на основе

соответствующих законов и других нормативных документов система социально-экономических, организационных, технических, санитарно-гигиенических и лечебно-профилактических мероприятий направленных на обеспечение безопасности людей в процессе труда, их здоровья и работоспособности».

Обеспечение охраны труда (2 раздел 8-15 статьи) связано с нормативным обеспечением, обеспечением соблюдения требований охраны труда, подготовкой специалистов по охране труда, финансовым обеспечением охраны труда, обеспечением экономических интересов предприятий, обеспечением здоровых и безопасных условий труда на предприятии, гарантиями прав охраны труда, обучением работников, с правами работников получения информации о условиях и охраняемости труда, особенностями упорядочения отношений охраны труда отдельных категорий работников, услугами охраны труда и социальным страхованием работников от несчастных случаев.

Третий раздел (16-17 статьи) закона связано с гарантиями реализации прав работников в области охраны труда, а четвертый раздел (22-24 статьи) посвящен государственному и общественному контролю за соблюдением законов и других нормативных документов о охране труда. Последний пятый раздел (25-29 статьи) связано с ответственностью за нарушение законов и других нормативных документов об охране труда. Исходя из этого закона в Трудовом Кодексе выделен XIII раздел (211-223 статьи) именуемый «Об охрана труда».

В уставе (4 раздела, приложения) разработанной на основе этих двух основных документов приведены конкретные меры, правила и инструкции расследования и учета производственных несчастных случаев и других заболеваний.

В нашей стране обеспечено равные права женщин и мужчин. Эти права правильно отмечены в законе о труде. Вместе с этим с учетом отдельных особенностей женского организма и их семейного статуса в законе для них

определены определенные облегчения и специальные правила. С учетом вредности для здоровья использование женского труда в отдельных работах запрещается. Например, не допускается работа женщин в отдельных отраслях химической промышленности выделяющих вредные вещества, подъемных работах и в ряде других областях. Им разрешено перевозка до 20 кг ручного груза, а с использованием носителей не выше 50 кг. Беременным и кормящим женщинам создаются специальные облегчения. Этим женщинам и женщинам имеющие детей до 8 летнего возраста запрещается работать в ночное время с 22-00 до 6-00 часов, вне урочное, в выходные дни и во время командировок. В таких случаях, администрация по заключению врача, этим женщинам, при условии сохранения средней заработной планы, рекомендует более легкие работы. Женщинам предродовые и послеродовые периоды назначаются оплачиваемый отпуск. Кроме этого беременным и кормящим женщинам создается ряд облегчений.

В промышленных предприятиях для работающих женщин организуется комнаты для кормления, душевые и комнаты личной гигиены.

В законе о труде отдельное внимание уделено охране труда подростков. Согласно законам о труде подростки до 16 лет на работу не принимаются. В отдельных случаях по разрешению ФЗПС (фабрично-заводские профессиональные союзы) подростки, которым исполнилось 15 лет, могут приниматься на работу. Для таких подростков организуется 24 часовая рабочая неделя. Для подростков в возрасте с 16 лет до 18 лет рабочее время не должна превышать 36 часов в неделю. Однако, в таких случаях их заработная плата должна быть не ниже средней заработной платы взрослых рабочих выполняющие работы такого уровня.

Подросткам дается месячный отпуск в хорошее время года или удобное для них время. Не допускается использовать труд подростков в ночные, внерабочие и выходные дни. Не допускается работа подростков в местах выделения вредных веществ. В машиностроительной промышленности не разрешается работа подростков в цехах гальваники, в

ремонте и чистке разных систем вентиляции, а также в цехах использующих ртуть и ртутные соединения.

Для подростков не исполнившим 18 лет разрешено подъем грузов до 16 кг, а девушкам до 10 кг. Подростки проходят медицинские осмотры при приеме на работу и ежегодно до достижения 18 летнего возраста. Если при медицинском осмотре обнаруживается отрицательное влияние выполняемой работы на его здоровье, то подросток немедленно переводится на безопасную работу и легкую работу. Для работников вредных производств определяется дополнительная плата или сокращается рабочее время. Рабочие вредных производств получают в день 0,5 л молока или другие продукты. Список специальностей получающие молоко определяет руководитель предприятия по согласованию с ФЗПС. При этом руководствуются научными выводами разработанной Министерством здравоохранения Республики Узбекистан.

В Трудовом кодексе Республики Узбекистан отдельно отмечается, что администрация предприятия обязано возместить каждый связанный с производством нанесенный вред или материальный ущерб.

Каждый допущенный недостаток, связанный с созданием безопасных условий труда или несчастный случай, возникший вследствие неорганизации безопасных условий труда, является виной промышленного предприятия или руководящих работников. Количество и порядок возмещения материального ущерба определяется специальными правилами.

Законы, постановления и нормативные документы Республики Узбекистан в области защиты граждан от чрезвычайных ситуаций. Кадры, управляющая структура, все силы государственной системы предупреждения и действий в чрезвычайных ситуациях(ГСЧС) тогда действуют целеустремленно, эффективно, когда имеют современную законодательную и нормативно - правовую базу. И такая база у нас есть и продолжает совершенствоваться. В нее входят республиканские законы, указы и другие решения Президента Республики Узбекистан, нормативно-

правовые акты Правительства МЧС, других министерств и ведомств, входящих в состав ГСЧС. В качестве примера можно назвать законы «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера», «О гражданской защите», Указ Президента «Об образовании министерства по чрезвычайным ситуациям Республики Узбекистан», Постановление Кабинета Министров от 11 апреля 1996 г. №143 «О вопросах организации деятельности министерства по чрезвычайным ситуациям Республики Узбекистан», от 23 декабря 1997 г. №558 «О государственной системе предупреждения и действий в чрезвычайных ситуациях Республики Узбекистан», от 7 октября 1998 г. №427 «О порядке подготовки населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций», от 27 октября 1998 г. №455 «О классификации чрезвычайных ситуаций техногенного, природного и экологического характера». Министерство по чрезвычайным ситуациям развернуло эффективную и целенаправленную деятельность по выполнению поставленных перед ним задач, в частности в течение относительно короткого периода были разработаны проекты важных документов, которые затем были утверждены Кабинетом министров Республики. Некоторые из них указаны выше. МЧС планомерно разрабатывает и свои нормативно - правовые акты и содействует другим министерствам и ведомствам в разработке таких актов по проблемам защиты от чрезвычайных ситуаций.

Важный вклад в обеспечение безопасности международного туризма вносит деятельность международных организаций нетуристского профиля. В табл. № 1.6 изложен перечень основных целевых задач, которые решают ряд непрофильных международных организаций в области обеспечения безопасности туристских путешествий.

В ряде стран СНГ, в частности, в Узбекистане, эксперты говорят о формировании специального закона о правовой защите граждан за рубежом. В настоящее время при возникновении форс-мажорных обстоятельств за рубежом туристы чувствуют себя совершенно незащищенными. Оставшиеся

без средств к существованию или попавшие под подозрение полиции граждане не знают языка и местных законов и при этом не могут сообщить ни своим туроператорам, ни консульству. Они несут колоссальные моральные и финансовые потери. Говорить о какой-то компенсации по возвращении домой тоже не приходится. Малочисленные консульства за рубежом физически не в состоянии обеспечивать безопасность туристов, а страховые же механизмы, предлагаемые туристам, в настоящее время сводятся лишь к медицинской страховке.

За образец обеспечения комплексной безопасности граждан за рубежом следует принять немецкий вариант туристической страховки. В Германии туроператор страхует выезжающих за рубеж граждан, как минимум, по четырем позициям: это экстренные медицинские расходы, страхование потери багажа, страхование форс-мажорных ситуаций, возникающих в аэропорту (если турист по ошибке сел не в свой самолет и прочее), а также страхование юридической помощи включающей в себе услуги консульского работника, местного адвоката присяжного переводчика и проведение необходимых экспертиз. Каждый выезжающий за рубеж турист должен знать номер телефона в стране пребывания, по которому круглосуточно можно обратиться за юридической помощью, узнать адрес, где ему в случае необходимости предоставят крышу над головой и обеспечат содействие нужных специалистов.

Служба безопасности обеспечивает поддержание порядка и безопасности «Sharqoniy Samarkand».

В последние годы проблема безопасности во всем мире стала весьма актуальной, особенно в сфере гостиничного бизнеса. Международные конфликты, волна преступности и терроризма, незаконный оборот наркотиков, оружия и взрывчатых веществ - все эти факторы не могут не отражаться на уровне безопасности жизни гостей и персонала отелей во всех странах мира.

Для гостиничного бизнеса характерны угрозы природного, техногенного, экологического, террористического, криминального характера. Наиболее опасной в настоящее время стала угроза террористического акта, который может привести к большому числу жертв, созданию атмосферы страха, нарушению нормального режима работы отеля, потере позитивного туристического имиджа гостиницы или региона в целом.

Особое внимание следует уделять профессионализму сотрудников службы безопасности, а также техническим средствам охраны на объекте.

Чтобы иметь постоянный приток туристов, успешно вести бизнес, необходимо улучшать систему безопасности гостиницы, т.е. регулярно проводить комплекс организационных, методических, технических и иных мероприятий, обеспечивающих полную автономию гостиницы в решении вопросов безопасности, в том числе при террористических угрозах.

Ежедневная работа сотрудников службы безопасности включает тщательный осмотр охраняемой территории (каждые 2 ч), постоянную связь со всеми дежурными службами гостиничного комплекса, обмен информацией о подозрительных личностях и предметах и т.д. Немаловажно и установление активного сотрудничества с территориальными правоохранительными органами местной властью.

Необходимо постоянно совершенствовать технические средства охраны. Желательно, чтобы в центральном холле, а также на этажах гостиницы было организовано видеонаблюдение.

Следует обязательно разработать инструкции о мерах пожарной безопасности. Все сотрудники должны допускаться к работе только после прохождения противопожарного инструктажа (что отмечается их подписью в специальном журнале). Оборудованные места для курения, порядок обесточивания электрооборудования, планы-схемы эвакуации людей, система оповещения о пожаре и т.д. — все это элементы системы пожарной безопасности. Необходимо также знать об особенностях пожарной безопасности на объектах с массовым пребыванием людей. В частности, в

помещениях с одним эвакуационным выходом не допускается одновременное пребывание 50 человек и более. Запрещается загромождать эвакуационные пути и выходы.

Система безопасности гостиницы будет эффективной только в том случае, если в этой работе примет участие весь персонал, а также будут учтены конкретные особенности предприятия.

ВЫВОДЫ

В настоящее время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открывается новая гостиница. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, - тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиентов и, что не менее важно сегодня, - тем успешнее материальное процветание гостиницы.

В данной работе были приведены классификации и типологии средств размещения гостиничного типа, охарактеризованы функции основных гостиничные услуги в структуре туристского обслуживания. Рассмотрены технологии приема и обслуживания гостей в отеле, бронирования мест и номеров в отеле порядок регистрации и размещение гостей в отеле, обслуживания и эксплуатации номерного фонда, виды и порядок оформления документации, правила предоставления дополнительных услуг и т.д. Рассматривались вопросы обслуживания гостей питанием. Большое внимание уделяется вопросам культуры поведения работникам службы и охрана труда и техника безопасности в гостинице «Hotel Orient Star».

При выполнении работы нами были решены следующие задачи:

1. Рассмотрены теоретические аспекты качества гостиничных услуг;
2. Проанализирована деятельность и качества предоставляемых услуг в гостинице «Hotel Orient Star»;
3. Подготовлена предложения по совершенствованию качества предоставляемых услуг в гостиницы «Hotel Orient Star».

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Расширение рекламной деятельности для увеличения потока иностранных туристов.
2. Провести организационные работы по совершенствованию квалификации персонала гостиниц «Hotel Orient Star».
3. Провести дополнительный маркетинговый анализ и разработать новую ценовую политику.
4. Снизить цены для внутренних туристов во время несезона.
5. Внедрить анимационную программу по ознакомлению с традициями и культурой Узбекистана.
6. Использовать экологически чистые продукты для приготовления питания туристам.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Республики Узбекистан «О туризме». Новые законы Узбекистана, Ташкент, «Адолат», 2000.
2. «Об усовершенствовании функции туристической организации». Постановление кабинета Министров Республика Узбекистан от 15-августа 1998.
3. Александрова Ю.А. «Международный туризм» Учебник. М: «Аспект пресс» 2004г.
4. Арбузов И.Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. М.: Альфа – М, 2001.
5. Байлик С.И. гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. Киев, 2002.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризме. – М.: Невский Фонд и Олбис, 1999.
7. Бондаренко Г.А. Менежмент гостиниц и ресторанов. Минск, 2006.
8. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. Учебное пособие. М., ГАРДАРИКИ, 2005.
9. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов-на-Дону. 2003.
10. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. Ростов-на-Дону. 2004.
11. Квартальнов В.А. Туризм, Учебник, М.: «Финансы статистика» 2003.
12. Кононыхин С.В. Организация гостиничного и ресторанного хозяйства. Донецк, 2004.
13. Кусков А.С. Гостиничное дело. Учебное пособие, М., 2010.
14. Чудновеского А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред.. – М.: ЭКМОС, 2000.
15. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Безопасность в гостиничных предприятиях. М. 2001.
16. Медлик С. Гостиничный бизнес. М., 2005.

17. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. М., 2007.

18. Тимохина Т.Л. Организация приёма и обслуживания туристов. М., 2007.

19. Интернет сайты:

<http://www.tourism.uz/>

<http://www.tour.uz/>

<http://www.advantour.com/rus/>

<http://www.orexca.com>

[www.amadeus.uz.](http://www.amadeus.uz)