**ЛЕКЦІЯ №1  
Тема: Загальна характеристика процесу обслуговування**

**План**

1. Характеристика ресторану як типу підприємства.
2. Класифікація ресторанів.
3. Основні нормативні акти в галузі ресторанної справи.
4. Послуги закладів ресторанного господарства татвимоги до них.
5. Характеристика методів і форм обслуговування.

**1.Характеристика ресторану як типу підприємства**

**Ресторан** - підприємство ресторанного господарства з виробництвом широкого асортимента страв складного приготування, включаючи замовлені і фірмові, винно-горільчані, тютюнові і кондитерські вироби, з високим рівнем обслуговування в поєднанні з організацією дозвілля. Залежно від якості послуг, рівня і умов обслуговування ресторани поділяються на класи: «люкс», «вищий», «перший».

**2.Класифікація ресторанів**

Класи відповідно до ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства (класифікація)», відрізняються за наступними ознаками:

Люкс- вишуканість архітектурно -художнього оформлення торгівельних приміщень,високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, асортимент орігінальних, вишуканих замовлених і фірмових страв (не менш половини асортимента),кулінарні і кондитерські вироби, широкий вибір замовлених і фірмових напоїв, коктейлів - для барів;

Метродотелі і офіціанти зобов’язані на високому рівні володіти технікою обслуговування споживачів;

Обслуговуючий персонал повинен бути одягнеий в фірмений одяг та взуття єдиного стандарту;

Столова білизна й посуд виготовляються на замовлення.

Ресторани класа «люкс» повинні бути оснащенні:

* високоякісним металевим та фарфоровим посудом;
* комплектами приборів для різноманітних страв і закусок;
* індивідуальними серветками, зубочистками та іншим принаддям;

Повинні мати фірменні обкладенки меню, яскраві проспекти, запрошення, сувеніри;

В вечірній час організовувати музичні шоу, танці на спеціальній площадці;

Мати в штаті висококваліфікованих працівників: менеджерів,завідуючих виробництвом,кухарів,метродотелів,офіціантів,барменів.

Вищий – орігінальність інтер’єру, широкий вибір послуг,комфортність послуг на належному рівні, різноманітний асортименторигінальних, вишуканих замовлених і фірмових страв і виробів длля ресторанів, широкий вибір фірмових і замовлених напоїв і коктейлів – для барів.

Перший – гармонійність, комфортність і вибір послуг,різноманітний асортиментзамовлених і фірмових блюд та виробів складного приготування – дляресторанів, набір напоїв, коктейлів нескладного приготування, в тому числі замовлених і фірмових - для барів.

З **асортименту реалізуємої продукції** виокремлюють ресторани: рибні, пивні, з національною кухнею, кухнею закордонних країн.

Від **місця розташування** ресторани бувають наступних видів: при готелі,вокзалі,зоні відпочинку, вагон-ресторану та ін.

Від **часу функціонування** підприємства ресторанного господарства можуть бути постійно діючими і сезонними. Сезонні – діють переважно у весняно-літній період, переважно у місцях відпочинку. Стаціонарні - працюють незалежно від пори року, але у весняно-літній період можуть збільшувати кількість місць на відкритому повітрі.

Від **місця функціонування** підприємства ресторанного господарства можуть бути стаціонарними і пересувними. Вагони-ресторани призначені для обслуговування пасажирів залізничого транспорту. Вони включаються до складу потягів далекого слідування, що знаходяться в дорозі в одному напрямі більше доби, мають зал для споживачів, виробниче приміщення, мийне відділення і буфет. Швидкопсувні товари зберігають в охолоджуваних шафах, люках. Реалізуються холодні закуски, перші, другі страви, винно-горілчані вироби. Додаткові послуги: продаж товарів і напоїв, які розносяться. Обслуговування офіціантами.

Підриємства реасторанного господарства можна підрозділити на **мережеві і** **незалежні**. Ресторанні мережі є новою формою бізнесу в індустрії харчування України. Щоб організувати підприємство , а тим більше фірмову мережу, підприємці купують франшизу, одержують консультації і починають працювати. **Франчайзинговий пакет** для підприємств ресторанного господарства це - бізнес-структура з певною концепцією, асортиментом продукції, послуг, дизайном, що дозволяє організувати підприємницьку діяльність з найменшим ризиком.

**Франчайзинг** –організація ресторанного бізнесу, при якій власник торгової марки , торгового імені або авторського права на виробничу систему (франчайзер) дозволяє іншій фірмі (франчайзі) їх використання за умови виконання певних умов.

**Майстер франчайзі** – приватна особа , товариство або корпорація, що купили права представляти франчайзера на великій території (часто іншої країни) шлляхом продажів франшиз в ній.

**Роялті** – періодична (щоденна або щомісячна) сервісна плата франчайзі франчайзеру за права на бізнес, розмір якої може складати від 2 до 11.5 % доходів і залежить від обсягів продажів. Роялті є доповненням до первинної суми, виплаченої при укладенні договору між сторонами.

Для збільшення розмірів платежів франчайзер періодично проводить перевірки ресторанів, в ході яких здійснює огляд виробництва ,залів і дає рекомендації щодо шляхів підвищення продуктивності праці та рентабельності ресторанів франайзі (впровадження нових продуктів, устаткування, прогресивних технологій обслуговування). Одночасно здійснюється контроль за підбором і навчанням персоналу, сертифікацією і стандартизацією послуг. Д о відрахувань від прибутку ресторани вносять плату за рекламу, розмір якої складаєвід 1 до 5% валового доходу. Засоби рекламного фонду надходять на проведення нових рекламних компаній, стимулювання продажів і здійснення спеціальних програм.

**Мережеві ресторани** мають єдиний центр управління, централізоване постачання продуктами , сировиною і напівфабрикатами, однакове меню з обмеженим асортиментом страв. Розрізняють регіональні, національні і міжнародні мережі. В якості міжнародної мережі, яка успішно працює в Україні та в інших країнах СНД - мережа Макдональдс.

У реаторанних ланцюгах широко представлені національні кухн і- українська(«Пузата хата», «Здоровенькі були», «Куркуль»), японська («Якиторія», «Суші Хата»), італіййська («Челентано», «Патіо-Піца»), російська («Млинці», «Два гуся»), східна – «Східний експрес», латиноамериканська – «Картопляна хата». Ця мережа підприємств популярна в Києві. При ній створена центральна кухня-заготовочна, де готують салати і напівфабрикати, а потім розвозять в ресторани. Наприклад, в кожній з мереж «Якиторії» через специфіку Японської кухні страви готують безпосередньо в ресторані. При цьому всі кухарі проходять тренінги.

**Демократичні ресторани** – найдинамічніший напрям на ресторанному ринку. Цей бізнес знаходиться на стику чітких технологій як у фаст-фуді, так і в якісній національній (або змішаній кухні), що потребує індивідуального підходу в елітарних ресторанах. В розвиених країнах споживання їжі переноситься в ресторани через брак вільного часу, з іншого - завдяки новим технологіям і високій конкуренції демократичні ресторани стають доступними для населення.

Частина демократичних ресторанів об’єднана в мережі. На недорогих ресторанах спеціалізується компанія, що має вже декілька концепцій («Планета Суші», «Патіо-Піца», fridays). Для широкого розвитку вітчизняних франчайзингових систем та підтримання стабільного рівня якості необхідно створити мережу підприємств або укріпити звязки з вітчизняними господарствами і комбінатами харчування. Більшість українських компаній ресторанного харчування використовє 90% вітчизняних продуктів.здійснює відповідно стандартам переобку сировини, проводить готову продукцію іпідтримує відносно низькі ціни.

**Незалежні ресторани** характеризуються організаційно–господарською самостійністю. Вони самі вибирають стратегію і тактику поведінки на ринку. Наділені правами і обов’язками юридичної особи, маютьрахунок в банку . Орієнтовані переважно на цільову групу споживачів. Мають високий рівень ресторанного сервісу. Рівень доходів на підприємстві ресторанного господарства нижчий, ніж у готельному бізнесі. Щоб ресторанний бізнес був прибутковим, директору і менеджерам необхідні глибокі технічні і управлінські знання та досвід. Незалежні ресторани не схожі на інші, саме в цьому і є їх унікальність , концептуальність створює неповторний імідж для споживачів, які віддають перевагу персональному обслуговуванню, зацікавлені в специфічних характеристиках місця розташування, стврення орігінального меню, високого рівня сервісу, вишуканого інтер’єру і управління підприємством.

**3.Основні нормативні акти в галузі ресторанної справи**

Конституція України. Прийнята на пятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996р.

Про захист прав споживачів: Закон України № 3682-ХІІ від15.12.93р.

Про стандартизацію :Закон України №2407-ІІІ від17.05.2001р.

Про безпечність і якість харчових продуктів: Закон України №771 від . 23.12.1997р.

Про підтвердження відповідності: Закон України №2406-ІІІ від 17.05.2001р.

Декрет КМУ «Про стандартизації і сертифікації» №46-93 від 10.05. 1993р.

Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 219 від 24. 07.2002р.

Санітарні правила для підриємств ресторанного господарства, включаючи кондитерські цехи і підприємства, які виробляють м’яке морозиво, затвердженні Мінохоронздоров’я і Мінторгом СРСР № 5777-91 від 19.03.1991р.

Закони і нормативні акти захищають права споживачів на беспечну, якісну продукцію і послуги .Ними мають керуватися в своїй роботі і підприємства ресторанного господарства.

Для проведення робіт по сертифікації в ресторанному бізнесі розроблені і діють такі стандарти:

\*ДСТУ 4281:2004 Заклади рестораного господарства (класифікація);

\*ГОСТ 3390:95 «Громадське харчування. Кулінарна продукція, яка реалізується населенню»;

\*ГОСТ 30523:97 Послуги ресторанного господарства «Загальні вимоги»;

\*ГОСТ 30524:97 Гормадське харчування. Вимоги до обслуговуючого персоналу».

При сертифікації послуг ресторанного господарства повинні перевірятися показники послуг, умови роботи виробництва, обслуговування.

**Контрольні запитання**

1. Дайте характеристику підприємству-ресторан ?
2. На які три класи росподіляють ресторани в залежності від запропонованих послуг, охарактеризуйте їх.
3. Як поділяють ресторани з асортименту реалізуємої продукції, місця розташування та часу функціонування ?
4. Дайте характеристику мережевим і незалежним ресторанам ?
5. Що таке франшиза в ресторанному бізнесі?
6. Назвіть основні Закони і нормативні акти, якими користуються підприємства ресторанного господарства?