Практичне заняття 4-5

Дизайн закладів ресторанного господарства

1. Загальна характеристика дизайну закладів ресторанного господарства загальнодоступної мережі

Більшість закладів ресторанного господарства загальнодоступної мережі має такі складові: приміщення, у яких безпосередньо здійснюються процеси обслуговування споживачів; устаткування, яке використовується для здійснення цих процесів; засоби та предмети праці, за допомогою яких здійснюються процеси обслуговування. Різні види устаткування та меблів, які використовуються у закладах ресторанного господарства, залежать від його типу, призначення та концептуального спрямування.

Дизайну приміщень закладів ресторанного господарства приділяється особлива увага. Інколи для оформлення інтер'єру запрошують знаних дизайнерів або звертаються до відомих фірм, які спеціалізуються на цій діяльності. Види елементів дизайну можуть бути такими: дизайн світла в інтер'єрі; фітодизайн (використання різноманітних рослин у різних сполуках); аква-дизайн (акваріуми, фонтани різних видів, басейни, тощо); використання елементів флористики (чучела птахів, звірів, риб тощо); інші елементи. Нині скорочуються терміни зміни інтер'єрів зал у закладах ресторанного господарства. Якщо у 70-х та першій половині 80-х років інтер'єр оформлювали із розрахунку на 10 років, то у 90-х роках, на думку багато профільної фірми "Ерра" (Франція), його слід змінювати через кожні 5 років. Оформлення зал у закладах ресторанного господарства відповідає концепту реальності; зручності та комфортності; естетичності; ергономічності; соціальній адресності, а також вимогам перманентного підвищення якості обслуговування споживачів. Незважаючи на розмаїття меню, способів викладання (демонстрації) страв і методів обслуговування у закладах відкритого виду різних типів, вони мають дотримуватись загальних вимог зручності та комфортності дизайну, пов'язаних із ефективним використанням просторових ресурсів; мінімізацією відстані від столів споживачів до роздавальної лінії; зручним прибиранням використаного посуду (механізоване, за допомогою обслуговуючого персоналу, самообслуговування); відповідністю меблів певним санітарно-гігієнічним нормам і правилам (повинні піддаватися легкому чищенню та дезинфекції, не збирати крихти, не мати подряпин тощо); набори для спецій, вази для квітів повинні займати невелике місце на столах; приправи та спеції мають бути зручно розташованими біля місця обслуговування.

Дуже важливим у дизайні інтер'єру є освітлення. Світильники у залі можуть бути розміщеними у різних місцях, відіграючи при цьому різноманітну роль: на стелі (люстри, плафони, лампи тощо); на стінах (бра); на підлозі (торшери); на столі (настільні лампи різних конфігурацій; свічки; свічки у канделябрах тощо). Стеля також може мати декоративне освітлення, точене освітлення. Підлога може бути з освітленням (танцювальний майданчик; танцювальна підлога, естрада тощо). Освітлення в інтер'єрі залу може бути таким: черговим (у неробочі години, нічний час); підсиленим (під час бенкетів; прийомів; різних свят тощо); загальним (система світильників, яка рівномірно освітлює все приміщення); місцевим або локальним (система освітлення ділянок залу, окремих столів, елементів декоративного оформлення, елементів устаткування тощо); індивідуальним (виділяється більш яскравим світлом естрада, майданчик для танців); змішаним (поєднання загального та місцевого освітлення).

У ресторанах самообслуговування, кафе, кафетеріях, закладах фаст фуд (швидкого обслуговування) ефективним вважається поєднання яскраво освітлених страв, що відпускаються на роздачі та освітлення зниженої інтенсивності у залі.

На якість процесів обслуговування впливає і рівень шуму в приміщеннях, де здійснюються ці процеси. Підвищений шум втомлює, дратує споживачів, викликає у них бажання якомога швидше піти із закладу і уникнути відвідування його у майбутньому. Для зниження шумових ефектів у дизайні інтер'єру використовують: шумно поглинаючі матеріали, які розташовують на нижніх поверхнях усіх столів та стійок; конвеєри для створення протишумового ефекту між місцем прибирання використаного посуду та мийною столового посуду; шумно поглинаючі (на стелях) з жилета волого захисними властивостями матеріали; килимові покриття у місцях для споживачів (на підлогах, на стінах тощо); подвійні двері між виробництвом та залом для споживачів; тиха музика як фон.

Загальна площа просторових ресурсів у закладах ресторанного господарства визначається із розрахунку на одне місце. Для офіціантів потрібно приблизно 0,1 м2 площі на одне місце, а площа для споживачів залежить від типу закладу (табл. 7).

Таблиця 7

Розрахункові дані площі для споживачів у різних типах закладів ресторанного господарства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип закладу і метод обслуговування споживачів | Площа одного місця для споживачів, м2 | Приблизна кількість споживачів на одне місце на годину |
| Ресторани (самообслуговування) Кафетерій (самообслуговування) Закусочна (овочево-яєчні страви, самообслуговування) Кіоск (палатка, самообслуговування) | 1 ,1-1,3 1,0-1,2 1 ,1-1,3 1 ,1-1,3 | 1,0-2,0 2,2-3,0 2,0-3,0 2,0-3,0 |
| Тип закладу і метод обслуговування споживачів | Площа одного місця для споживачів, м2 | Приблизна кількість споживачів на одне місце на годину |
| Сімейний ресторан (обслуговують офіціанти) | 0,9-1,0 | - |
| Заклад фаст фуд (самообслуговування) | 0,84-1,0 | 2,5-3,5 |

При облаштуванні закладу ресторанного господарства будь-якого типу дуже велика увага приділяється вибору розміру, місткості та конфігурації столів для споживання їжі. Використання однотипних столів у закладах різних типів (ресторан, кафе) призводить до незручностей при обслуговуванні споживачів. На рис. З зображено використання стандартного столика у ресторані з обслуговуванням офіціантами та в кафе самообслуговування.



Рис. 3. Приклад невдалого вибору меблів і таць у ресторані (А) та кафе (Б).

З метою більш економного використання просторових ресурсів залів у цілому і столів зокрема, більшість кафе, барів та ресторанів самообслуговування використовують таці для споживачів типу "Space Saver" (зберігачі простір), які не займають багато місця на обідніх столиках. їх розміри ефективно використовують розміри столиків (рис. 4).

Також з метою знизити витрати, пов'язані із биттям посуду, більшість закладів ресторанного господарства використовують таці із підсиленого скловолокном поліефіру з не ковзкою поверхнею (мал. 5). Поверхня таць витримує перепад температур - ЗО°С - + 100°С. Збереження не ковзкої поверхні гарантовано до двох років. Стандартні розміри таць: 53,0 х 37,0 (32,5) см.

2. Чинники та їх вплив на розвиток ресторанного господарства

Міжнародна дослідницька фірма "Жира'" (Франція) вивчає тенденції та складає прогнози розвитку ресторанного господарства. Прогноз, нею складений, містить аналіз впливу різних факторів соціального характеру на розвиток харчування у національному масштабі у Франції на початку XXI сторіччя. Вплив цих факторів на заклади відкритого типу та поява нових звичок споживання продукції та послуг закладів ресторанного господарства наведені у табл. 8.

Таблиця 8

Вплив чинників соціального характеру на розвиток ресторанного господарства

|  |  |
| --- | --- |
| Чинники соціального характеру | Вплив чинників на розвиток ресторанного господарства |
| Збільшення чисельності активного населення у зв'язку із збільшенням кількості працюючих жінок у загальній чисельності жіночого населення | Збільшення числа споживачів, яких обслуговують заклади у денний час. Розвиток закладів, що дають змогу харчуватися "на ходу" та тих, що обслуговують споживачів, які мають обмежений час перебування у закладах:закусочних швидкого обслуговування, тематичних ресторанах швидкого обслуговування. Включення нових, більш легких страв до меню, відмова від скомплектованих обідів, "фемінізація" асортименту страв. |
| Старіння активного населення | Збільшення відвідування закладів з традиційною формою обслуговування споживачів за столиками.Пропозиція тематичними ресторанами у денний час різних форм харчування за більш низькими цінами. |
| Зменшення чисельного складу сімей Скорочення числа багатодітних сімей та зростання чисельності сімей, які мають одного-двох дітей | Збільшення вільних фінансових коштів, які має сім'я.Збільшення кількості людей, які харчуються у закладах ресторанного господарства, зростання відвідування закладів, що розраховані на проведення дозвілля. |
| Чинники соціального характеру | Вплив чинників на розвиток ресторанного господарства придбання для домашнього споживання готових страв та продуктів швидкого приготування. |
| Збільшення частки одиноких людей до 30% від загального числа сімей | Перевага мотиву споживання їжі при відвідуванні закладу ресторанного господарства. Прагнення до спілкування з персоналом закладу і у зв'язку з цим підвищення роліперсоналу, що знаходиться у залі. |
| Підвищення купівельної спроможності населення приблизно на 2,5% із розрахунку на одного мешканця | Збільшення кількості відвідувань дорогих, ,висококласних ресторанів, барів. |
| Зміна структури витрат населення: • Відносне скорочення частки витрат на товари повсякденного попиту; • Збільшення частки витрат на послуги та придбання товарів Більш регулярне відвідування закладів ресторанного господарства відкритого типу. |  |
| тривалого використання Зміни у розвитку агломерацій:» Зменшення чисельності населення у центральній частині великих міст; nbsp; | Зміна соціально-професіональної структури населення у центральній частині міст: зростання кількості мешканців,зайнятих інтелектуальною працею,збільшення кількості одиноких та дуже старих мешканців. |
| • Розвиток сільських комун;Розвиток промислових зон у pвеликих агломераціях.Підвищення уваги населення до проведення дозвілля та розваг | Зростання відвідування придорожніх закладів ресторанного господарства. До ресторанів все більшою міроюставляться як до закладів проведення дозвілля (особливо у вечірні години). |
| Питання планування та розподілу свого часу стали ключовими у житті населення: • Чіткий розподіл часу на працю та проведення дозвілля | Розподіл закладів ресторанного господарства на категорії залежно від часу, який споживачі можуть у них витратити. |
| Чинники соціального характеру | Вплив чинників на розвиток ресторанного господарства |
| Прагнення населення до більш швидкого щодо обслуговування та збалансованого харчування | Розширення пропозиції більш легких страв, поступова відмова від обідів із декількох страв на користь обідів, які складаються із однієї страви. |
| Все більш розповсюдженим стає харчування у закладах ресторанного господарства | Зростання відвідування закладів ресторанного господарства відкритого типу. |
| Стандартизація меню у міжнародних масштабах. | Зростання привабливості форм органі­зації закладів ресторанного господарства за кордоном. |
| Зростання уваги споживачів до здорового та збалансованого харчування | Розвиток пропозиції щодо збалансованих продуктів у стравах, натуральних та безалкогольних напоїв. |

Характер способу і стилю життя населення певним чином впливає на розвиток такого динамічного сектора національної економіки, як ресторанне господарство в цілому і на час, який витрачається на харчування зокрема.

Час, який витрачається споживачами у закладах ресторанного господарства, можна класифікувати за видами:

• Час для харчування "на ходу";

• Обмежений час;

• Час проведення дозвілля та розваг;

• Вільний час, який нічим зайняти.

Ці види часу споживачі витрачають у певних типах закладів ресторанного господарства.



Особливістю асортименту страв і напоїв цих закладів є те, що вся продукція, яку пропонують, не вимагає багато часу для споживання; наявності предметів сервірування і місця за столом. Здебільшого до меню входить широкий асортимент бутербродів, сандвічів із різноманітними начинками; піци із різними наповнювачами; пирогів; пиріжків; пончиків; булочних виробів; смаженої картоплі, чіпсів; горішків солодких та солоних в асортименті тощо. Напої відпускають у споживчій тарі різної, переважно невеликої, місткості, а також на розлив із застосуванням одноразового посуду із кришечками та отворами для соломинки.

На обмеженість часу перебування споживачів у закладах ресторанного господарства відкритого типу впливають багато факторів, основними з яких є:

• Тривалість обідньої перерви;

• Очікування часу початку видовища (кіно; шоу, концерту; вистави тощо)

• Очікування відправлення транспорту (потягу, літака; пароплава тощо).

Існує два види обмеженого часу: короткий та тривалий.

2.1. Типи закладів, які відвідують споживачі, що мають обмежений короткий час

1. Кафетерії.

2. Закусочні.

3. Піцерії.

4. Заклади ресторанного господарства! при музеях, кінотеатрах тощо

5. Заклади ресторанного господарства при аеропортах, портах, залізницях, на шляху слідування, типу драйв-тру, драйв-ін.

Особливістю цих закладів є те, що в них застосовуються прискорені методи обслуговування споживачів та метод самообслуговування. Асортимент страв та напоїв значно ширший порівняно із закладами, у яких харчуються "на ходу". Споживають продукцію у залах закладів за обідніми столами.



У цих закладах обслуговування здійснюється офіціантами, а також існує самообслуговування; застосовуються поруч із повсякденним також різні організаційні форми обслуговування: "шведський стіл" (лінія); столи-буфети тощо. Споживання здійснюється як правило у залах за столиками або барною стійкою. Розрахунок із споживачами може бути готівкою та безготівковим (чеки, кредитні картки тощо); існує певна пропорційна залежність між вартістю страв, що пропонуються і часом, який споживачі витрачають на споживання продукції та послуг у цих закладах.

Інтер'єр закладів відрізняється від інтер'єру попередніх типів за рахунок удосконалення дизайну.



Особливостями функціонування цих типів закладів є специфічні форми та методи обслуговування споживачів і широкий перелік послуг, що надаються.

3. Форми та методи обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства відкритого типу;

При організації сніданків, обідів, вечерь та проміжного харчування у закладах другого та третього типів використовують такі форми обслуговування:

• "а ля карт";

• "а парт";

• "табльдот";

• "шведський стіл";

• "столи-буфети".

Кожному типу обслуговування притаманні специфічні елементи. Обслуговування "а ля карт" (a la carte) характерне тим, що споживачі із карти-меню та винної карти вибирають страви та напої до них, роблять замовлення і через певний проміжок часу їхнє замовлення виконується. В меню "a la carte" зазначено ціну кожної страви. Меню використовується в елітарних ресторанах висококласних готельних комплексів, у яких концепція обслуговування гостей готелю та ресторану дозволяє створити найбільш дорогі та комфортні умови для них. Це обслуговування здійснюється за активною участю офіціанта або бригади офіціантів. Споживач отримує поради офіціанта щодо страв та напоїв до них, знайомиться з характеристикою тієї чи іншої страви, може запросити на консультацію сомельє (спеціаліста, який формує винно-горілчану політику закладу, здійснює продаж та розлив вина споживачам із застосуванням елементів шоу). Активна участь персоналу у цьому процесі свідчить про наявність сугестивного сервісу, тобто вміння тактовно подати гостю ідею щодо замовлення тієї чи іншої страви або напою.

Сугестивний сервіс є могутнім засобом збільшення прибутку ресторану. Мета цього сервісу - перетворити обслуговуючий персонал на умілих продавців ресторанних послуг, що досконало знають свій товар. До елементів сугестивного сервісу споживачі ставляться дуже поблажливо. Обслуговування "а ля карт" вважається трудомістким, але це найрозповсюдженіший метод у ресторанах.

"А парт" (a part) полягає у тому, що споживачів, які зробили замовлення заздалегідь, обслуговують у визначений проміжок часу. Найчастіше цей метод обслуговування застосовується у приватних будинках відпочинку, курортних готелях тощо.

"Табльдот" (table d'hote) - відрізняється від "а парт" тим, що усіх гостей обслуговують в один і той самий час пропонують одне і те саме меню. Memo table d'hote" характерне тим, що у ньому подано певний набір страв із загальною фіксованою ціною. Цей вид меню широко використовується у ресторанах, кафе готельних комплексів, оскільки гості вважають його економічним. Обслуговування починається у той час, коли усі гості зберуться за столом. Найчастіше застосовується у пансіонатах, будинках відпочинку, невеликих готелях, де обмежені виробничі потужності та можливості кухні.

Меню "dujour" "дю жур" включає меню чергових (денних) страв.

"Шведський стіл" - форма обслуговування споживачів, яка може бути застосована як у ресторанах самообслуговування, так і в ресторанах при готелях. При використанні "шведського столу" в залі ресторану готельного комплексу формується стіл з одно чи двостороннім підходом, на якому в спеціальному багато порційному посуді з наборами для перекладання викладають увесь асортимент холодних та гарячих страв, холодних та гарячих напоїв, безалкогольних та алкогольних (з урахуванням часу і виду прийому їжі), індивідуальний посуд, набори. Для демонстрації та короткочасного зберігання страв використовують спеціальний посуд різноманітний як за формою, так і за стилем. Наприклад, посуд німецької компанії-виробника "Bauscher", серії "Florenz" представлений салатниками шестикутної форми; барильцями для масла, олії, соусів; трикутними чашами, блюдами у вигляді півмісяця, робить презентацію страв, навіть з невеликим асортиментом надзвичайно привабливою та апетитною (рис. 6). Для подавання гарячих закусок або соусних других гарячих страв використовується жароміцний посуд. Наприклад, посуд виробника "Luzifer" витримує температуру до 300°С. Також застосовують марніти, які можуть мати різні форми: круглі, прямокутні, овальні, квадратні. Використовуючи вставки-конвеєри стандартних розмірів (GN 1/1, GN 1/2, GN 1/3), у такому марміті можна розташувати від одного до трьох блюд. Ці вставки можуть бути як із порцеляни, так і з нержавіючої сталі. Для подавання супів використовують інші марміти, які складаються із підставок-основи та вставлених у них одної або двох каструль. Ці каструлі спеціальної форми і без дна. Також існують марміти для гарячих напоїв: у них подають готовий чай або каву. Особливий вигляд мають марміти для гарячих соусів. Вони меншого розміру та підігріваються за допомогою свічки. Для подавання десертів використовують дво та триярусні етажерки із

полірованого металу. З метою попередження звітрювання використовуються блюда та настільні вітрини із прозорими кришками, що відкриваються за принципом "Roll Top" .

Прикрашає презентацію страв на "шведському столі" також посуд серії "FUNction", у якому поєднується порцеляновий посуд оригінальних форм із матовим склом та металевими підставками різної висоти. Цей посуд створює об'єм та робить стіл багаторівневим. У назві цієї серії абревіатура "FUN" означає отримання задоволення споживача від користування посудом.

Для подавання закусок, які потребують охолодження, використовують посуд типу вітрин, який виготовляє німецька компанія "APS". Вітрина являє собою тацю на підставці (можливий варіант з прозорою кришкою) з вкладеними всередину холодоагентами із гелем, що заморожує. Страви на таких вітринах простіше сервірувати і вони виглядають більш естетично та привабливо. Набори для перекладання також мають певну специфіку і є багатофункціональними: щипці для салату та закусок, ополоники для соусів, таблички для назви страв тощо.

Асортимент страв "шведського столу" може бути обмеженим за групами страв (холодні страви та закуски, гарячі напої) та широким за асортиментом страв (джем, варення 5-8 видів, масло 4-5 сортів, тверді сири 6-8 видів, м'ясні гастрономічні вироби 7-Ю найменувань, соки 5-6 найменувань, чай, кава 5-6 найменувань тощо). Асортимент страв та напоїв залежить від класу ресторану та національних особливостей. Ця форма обслуговування може бути застосована при організації будь-якого прийому їжі (сніданок, обід, вечеря), а також при організації бенкетів.

Існують переваги застосування цієї форми обслуговування для споживачів: візуальне сприйняття усієї страви та її компонентів; відсутній час очікування для консультації та оформлення замовлення; відсутній час очікування для здійснення замовлення на певні страви; розмір порції та складові компоненти страви залежать від звичок та бажань споживача; та для ресторану: збільшується пропускна спроможність залу ресторану; прискорюється процес обслуговування споживачів; потребує меншої чисельності кваліфікованого персоналу (офіціантів, кухарів).

Ця форма обслуговування широко впроваджена у ресторанах відкритого типу. У цьому випадку застосовується фіксована плата за вхід, яка включає середню вартість замовлення одного споживача.

Для оформлення залу використовують столи промислового виробництва. Компанія "Tecfrigo" (Італія) випускає "шведські столи" двох варіантів, довжиною - 1,4 та 2,0 м. Зовнішні елементи столів виконані із високоякісної деревини такої кольорової гами: "світлий горіх", "темний горіх", білий.

Існує три види "шведських столів":

• охолоджені (від +4 до +10°С);

• з підігрівом ( від +30 до +90°С);

• нейтральні.

Усі столи можуть монтуватися в лінію будь-якої довжини та конфігурації. "Шведські столи" компанії "Tecfrigo" оснащені ковпаком, який виконаний із високоякісного прозорого пластику (рис. 8).

Верхня поверхня ковпака може бути виготовленою із деревини (при сервіруванні "шведських столів" холодними стравами та закусками; організації європейського сніданку тощо) або металу (столи, які підігріваються) та використовуватися як робоча поверхня. Конструкція "шведського столу" дозволяє опускати ковпак та використовувати устаткування для зберігання готових страв.

У структурних елементах "шведського столу" також наявний певний асортимент аксесуарів, які значно розширюють функціональність столу:

• напрямні, що слугують для того, щоб споживач, при накладанні різноманітних закусок на тарілку, не тримав її в руках, а мав змогу пересувати по напрямних впродовж усього процесу вибору страв;

• гастро-ємності, які використовують для одночасного зберігання та демонстрації страв;

• шторки для додаткової полиці, розташованої у нижній частині "шведського столу", яка слугує для зберігання посуду;

• розподільчі дошки.

Буфетне обслуговування "столи-буфети" передбачає самообслуговування. Асортимент буфетної продукції залежить від умов її приготування та відпуску й може бути різноманітним: прохолодні та гарячі напої, хлібобулочні та кондитерські вироби, кисломолочна продукція, фрукти, різноманітні бутерброди, закуски тощо.

Для презентації страв використовується спеціалізоване устаткування - салат-бари або салат-буфети (рис. 9).

Асортимент салат-барів, що пропонується, достатньо широкий: дерев'яні та дерев'яні, поєднані з металом; пластикові з кришками, що піднімаються та опускаються. Салат-бар (буфет) із пластику може бути використаний для виїзної та вуличної торгівлі, на відкритих майданчиках, терасах, літніх кафе.

Салат-бари підрозділяють на настільні та підлогові. Останні більш мобільні, оскільки мають колеса для пересування. Салат-бари оснащені стандартними гастро-ємностями, термоконтейнерами різної форми, аксесуарами (роздавальним інвентарем, дозаторами тощо). Салат-бари широко використовують при обслуговуванні учасників конференцій, симпозіумів, нарад тощо у ресторанах, кафе, барах готельних комплексів.

 4. Види сервісу в закладах ресторанного господарства

Залежно від контингенту споживачів, що обслуговується, класу та матеріальної бази закладу застосовуються різні методи сервісної політики. Найбільш поширеними вважаються: французький; англійський; американський; російський.

Французький сервіс (повне обслуговування споживачів офіціантами) характерний для ресторанів класу люкс, розташованих у

найпрестижніших місцях міста. Такий сервіс вважається найвишуканішим та найдорожчим у світі і вимагає обслуговування бригадою, до складу якої входять:

• менеджер ресторану (фр.Мапте d'hotel);

• старший офіціант (фр. Chef de rang), відповідальний приблизно за чотири столики. Він зустрічає гостей, дає пояснення стосовно меню, приймає замовлення, спостерігає за оперативністю обслуговування та особисто розкладає страви по тарілках гостей, нарізує м'ясо тощо;

• помічник старшого офіціанта (фр. Demi Chef de rang) приймає замовлення і напої та подає страви;

• офіціант, який подає воду (фр. Commis de rang), також передає замовлення на кухню, привозить звідти візки зі стравами, прибирає зі столу;

• офіціант (фр. Sommelier), який здійснює сервірування та подає алкогольні напої.

Французький сервіс може бути застосований при індивідуальному та груповому обслуговуванні, також при обслуговуванні бенкетів за столом. Особливістю його є виконання основної частини замовлення у ресторанному залі, у присутності споживачів. Як правило, страва доставляється до столика споживача у сирому або напівготовому вигляді та доводиться до кондиції (підігрівається або приправляється соусом; підсмажується на відкритому вогні або ж плитці; здійснюється фламбування; розрізається на порційні шматочки або скибочки тощо) безпосередньо перед гостем, на спеціальному візку (візок для фламбування) або столику на колесах. Такий тип обслуговування дає можливість приділити максимальну увагу кожному окремому гостю, фактично виконуючи персональне замовлення, з урахуванням специфіки та смаків споживачів. При другому варіанті страва у багато порційному блюді демонструється споживачам. Підходячи з лівої сторони до гостя, офіціант перекладає порції страви за допомогою спеціальних наборів у його тарілку. Існує третій варіант, при якому офіціант пропонує блюдо гостю, який обслуговує себе сам. Обслуговування вином здійснює виключно Sommelier. Цей метод вимагає великої кількості посуду, багато порційного (переважно срібного), та індивідуальних предметів сервіровки (порцелянових), тому тип обслуговування, при якому він здійснюється, має назву "посудне обслуговування".

Сильною стороною французького сервісу є постійний контакт із споживачами, коли гість сам визначає порцію, а слабкою - його трудомісткість.

Англійський сервіс (обслуговування здійснюється виключно за допомогою приставного столика або ресторанних візків).

Головною особливістю цього виду обслуговування є візок (ручний на колесах, круглий столик на одній ніжці з колесом або легкий пересувний столик, колеса якого встановлені тільки на двох із чотирьох ніжок). Такі візки або столики розташовують, як правило, біля основних столів або стійок -"станцій" офіціантів ресторанного залу. Додатковою особливістю обслуговування є надзвичайно висока якість сервісу, що передбачає персональний підхід. Цей вид обслуговування вимагає великої площі на одного споживача (мінімум 1,7 м2), для забезпечення вільного пересування ресторанних візків по залу, а також безпечної дистанції між візками та робочими столиками офіціантів, особливо якщо здійснюється приготування страв, застосовуючи варіння або смаження на відкритому вогні. Елементи обслуговування за допомогою спеціалізованих офіціантських візків.

Паралельно з терміном "англійський сервіс" використовується термін "gueridon". Продукти, компоненти страви викладають на сервірувальне блюдо, яке ставиться на столик з колесами. Столик підвозять до столу гостя, який сам вибирає порцію, і офіціант починає її індивідуально оформлювати у присутності гостя, на тарілці (попередньо підігрітій або охолодженій), розташованій на ресторанному візку. Страви споживачеві офіціант подає з правої сторони, правою рукою.

Сильними сторонами англійського сервісу є ідеальний контакт з гостями при обслуговуванні та свобода пересування для обслуговуючого персоналу, слабкими - потреба значної кількості обслуговуючого персоналу; великі витрати часу на здійснення обслуговування; відносно низька пропускна спроможність залу.

Американський сервіс. При застосуванні цього виду сервісу у традиційному повсякденному обслуговуванні усі компоненти страви сервіруються на відповідний індивідуальний посуд безпосередньо на роздачі кухні. Оформлені страви офіціанти виносять на тацях або візках до залу і розставляють їх з дотриманням правил сервірування на столику споживачів у центр куверту. Площа приміщення при цьому виді сервісу розраховується як 0,5 м2 на одне місце у залі. Розмір куверта дорівнює 0,6 м х 0,38 м, що дає можливість використовувати столики менших розмірів та збільшити кількість місць у залі. Цей вид сервісу має ще назву "тарілочне обслуговування" (plate service), і користується популярністю завдяки простоті та оперативності. Він застосовується у ресторанах та кафе швидкого обслуговування, кафе при автозаправних та станціях технічного обслуговування тощо.

Сильні сторони американського сервісу: низька трудомісткість; потребується мало персоналу не дуже високої кваліфікації; невелика площа, яку займає споживач за столом; висока пропускна спроможність залу;

Слабкі сторони американського обслуговування: недостатній контакт із гостем; уніфікований підхід до всіх гостей, без урахування їх специфіки; відсутність творчої діяльності офіціанта; визначені порції.

Російський сервіс. Страви з ресторанної кухні на великих багато порційних (переважно срібних) блюдах подають до залу, а потім порціонуються і ставляться на стіл. Багато порційні блюда із стравами у бенкетному оформленні є неодмінною прикрасою столу поряд із предметами сервірування та квітами. Гості самі або за допомогою офіціантів розкладають порції у власні тарілки. При цьому виді сервісу також використовується "посудне обслуговування". Цей різновид сервісу найчастіше використовується на бенкетах, урочистих обідах тощо. Така послуга свідчить про вишуканість та елітарність заходу.

Сильні сторони російського сервісу: гість сам визначає бажану порцію страви; слабкі - висока трудомісткість; при перекладанні страви недосвідченими споживачами порушується її загальний вигляд на багато порційному блюді.