**Федеральное агентство по образованию**

**НОУ ВПО «Российская международная академия туризма»**

**Новокузнецкий филиал**

*Студент группы 050131-МГ*

*Кряжевских Валерия Игоревна*

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ПО ГОСТИНИЧНОМУ И РЕСТОРАННОМУ**

**ОБСЛУЖИВАНИЮ**

ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ

*Руководитель*

*Я.В. Мысляева*

Новокузнецк

2008г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение

1. Предприятия питания в индустрии туризма

1.1 Исторический аспект возникновения и формирования предприятий питания в России

1.2 Классификация предприятий питания

2. Комплекс услуг предприятий питания и его роль в туризме

2.1 Современное определение комплекса услуг предприятий питания

2.2 Услуги предприятий питания как составная часть туристской индустрии

## 3. Обслуживание туристов на предприятиях питания

3.1 Принципы функционирования предприятий питания

3.2 Обслуживание посетителей

Заключение

Список использованных источников

**ВВЕДЕНИЕ**

Стремительные темпы развития мирового туризма за последнее время приводят в течение каждых пяти лет к увеличению примерно в два раза персонала, занятого в сфере мирового туризма, и в полтора раза – расходов населения на туристские поездки в мире.

К основным типам предприятий питания относят: ресторан, кафе, бар, буфет, столовая и прочее. Наиболее комфортабельным предприятием питания с самым широким ассортиментом блюд считается ресторан.

Актуальность этой темы заключается в том, что на современном этапе развития индустрии питания в туризме одним из главных для любой организации является совершенствование управления в целях наиболее полного использования имеющихся возможностей для улучшения работы организации и повышения эффективности работы, достижения большей рентабельности, также для прогнозирования дальнейшего развития.

Целью работы предприятия питания является удовлетворение потребностей человека в пище. Процесс потребления пищи совпадает отчасти с процессом общения людей, воспитания, развлечения.

Целью курсовой работы является выявление особенностей обслуживания туристов на предприятиях питания;

Для достижения цели нужно выполнить следующие задачи:

- сформировать представление о предприятиях питания в России и за рубежом;

- рассмотреть классификацию предприятий питания;

- определить принципы функционирования предприятий питания;

- описать услуги предоставляемые предприятиями питания;

- рассмотреть технологии приема и обслуживания гостей;

- проанализировать состояние и перспективы развития рынка услуг предприятий питания;

Объектом исследования является обслуживание и комплекс услуг предоставляемых туристам на предприятиях питания;

Предметом исследования является функционирование предприятий питания;

Методом исследования курсовой работы является анализ учебной литературы, изучение статистических данных, научных обобщений.

**1. ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**1.1 Исторический аспект возникновения и формирования предприятий питания в России**

В городах и славянских поселениях издавна открывались корчмы, куда приходили не только поесть и выпить, там творились земские суды, доводились до народа важнейшие новости. Корчемники имели немалые доходы и платили подать. Стремясь обогатить свою казну, князья расширяли в своих вотчинах производство медовых напитков и браги, составляя тем самым конкуренцию вольному кормчеству.

Рост производства и продажи напитков привел к распространению пьянства, и под нажимом церкви Иван IV Грозный принимает решение о запрещении продажи хмельных напитков. Для опричников и служивых людей царь открывает особый дом на Балчуге, именуемый кабаком, где нередко в разгулах и попойках приближенных участвовал и сам Великий Государь. Доходы от кабака были внушительные, и царь принимает решение: прекратить кормчество, запретить крестьянам и посадским людям приготовление домашнего питья, продавать напитки только в царевых кабаках. Для продажи вина в кабаках назначались целовальники. Это были люди, пользующиеся уважением и избираемые местными жителями.

Монастырям царь не запретил приготовления медовых напитков, браги и пива для их собственных нужд. Для продажи излишков монастыри стали открывать в слободах, на ярмарках, у пристаней и в крупных поселениях свои кабаки, а когда Вселенский Собор выступил против содержания монастырями кабаков, их стали сдавать на откуп или в аренду.

В 1756 г. императрица Елизавета Петровна своим Указом потребовала построить в каждой губернии казенные винокуренные заводы, дать право купцам-откупщикам иметь столько кабаков, сколько они пожелают.

Почти столетие Указ императрицы определял в России всю организацию производства и продажи спиртных напитков откупную систему. В 1861 г. Государственный Совет отменяет откуп и вводит акциз, который распространялся не только на водку и вино, но и на пиво, брагу, сусло, мед. Кабак со временем переименовали в питейный дом. Многие питейные дома наряду с продажей вина оборудовали отдельные помещения с кухнями, где продавались закуски, горячие блюда, разные похлебки. Широкую популярность приобретают пироги, расстегаи и чай, а к чаю - варенье и разные сладости.

На смену питейным домам и кабакам пришли трактиры, которые стали играть ведущую роль в обеспечении населения едой и напитками, как в городах, так и в сельской местности.

Отличительной чертой трактиров была русская национальная кухня, практически без всякой примеси и влияния западной кулинарии, которая активно вторгалась в конце XIX в. в меню первых ресторанов, на кухни богатейшего дворянства, привозивших поваров из Франции, Италии, Германии.

Каждый из трактиров отличался своими обычаями, своим особым блюдом, имел своих посетителей.

В середине XIX в. на месте нескольких снесенных двухэтажных построек на Воскресенской площади была построена Большая московская гостиница, одна из лучших в городе. На втором этаже гостиницы размещался небольшой трактир, куда на обед съезжались московские и заезжие фабриканты и промышленники. Трактир «Колокол» на Сретенке был излюбленным местом встречи живописцев, работавших по церквам. Распространенным промыслом в старой Москве издавна считалось извозчичье дело. Одной из самых больших в городе, где собирались сотни извозчиков, была стоянка на Лубянской площади. Вот здесь-то и размещался известный гусенковский извозчичьи трактир, где распивали чаи владельцы конной тяги.

Во многих местах проводились народные гулянья, с песнями и хороводами, возводились балаганы, устраивались карусели и тут же ряды лотков с питьем и закусками, блинные ряды, шалаши с изделиями подмосковных, тверских и калужских кустарей. Здесь же предприимчивые хозяева открывали трактиры с дымящимися самоварами, разнообразными кушаньями и горячительными напитками.

Русский писатель Е. Замятин в повести «Русь» так описывает работу половых в трактире: «...Все в белом, мечутся половые в трактирах - только, как дым за паровозом, вьются следом за ними концы вышитого ручника да кисти от пояса...». Работали они по 12-16 часов, жили, как правило, на снимаемом жилье или у родственников, и очень немногим из них удавалось выбиться в буфетчики, стать совладельцем трактира или его хозяином.

Основными типами предприятий питания в России в XIX -начале XX в. были: рестораны, чайные, кофейные, кафе, трактиры, столовые, извозчичьи, пивные лавки, портерные, харчевни, кухмистерские. Основными центрами предприятий питания, так же как и гостиниц, в России стали крупные города - Москва и Петербург.

В начале XX в. рестораны в Москве и Петербурге начинают постепенно вытеснять трактиры. С этого времени можно говорить о возникновении разрядности ресторанов. С этим периодом связано и развитие загородных ресторанов.

Краткая характеристика некоторых исторических типов предприятий питания:

- Кабак - питейное заведение для простого люда, где подавалась только выпивка (водка, пиво, медовуха). Кабак представлял собой большую комнату с простой обстановкой;

- Харчевня предприятие питания, в котором можно было отведать первые и вторые блюда, закуски, а также выпить водки;

- Чайная - предприятие питания, в котором торговали только вторыми блюдами и буфетной продукцией (без алкогольных напитков). Чай подавался обычно в двух чайниках: первый - для кипятка, второй - для заварки;

- Трактир (от польского слова «тракт» дорога) предприятие питания, обслуживаемое официантами, расположенное у дороги, с широким ассортиментом закусок, горячих первых и вторых блюд и буфетной продукцией. Были трактиры фешенебельные для богатых и дешевые для бедных.В конце XIX - начале XX в. под воздействием западной культуры получили довольно широкое распространение кондитерские и кафе-шантаны, в которых подавались вина, фрукты, закуски; в них зачастую играл оркестр, устраивались концерты с пением и танцами;

- Чайные, игравшие роль общественных мест, где можно было трезво и интересно провести время за разговорами и чтением газет, были наиболее характерны для Москвы. Петербург же славился своими кофейными, где было принято «кушать» кофе, что, скорее всего, объясняется близостью к европейской культуре.

**1.2 Классификация предприятий питания**

Для классификации предприятий питания туристской индустрии используется ряд критериев, наиболее важными среди которых является характер торгово-производственной деятельности, в зависимости от которого все предприятия питания подразделяют на следующие основные типы:

Ресторан - Предприятие питания, предоставляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных и сложного приготовления. Высокий уровень обслуживания в ресторанах обеспечивается высококвалифицированными поварами, официантами, метрдотелями и сочетается с организацией отдыха и развлечений.

Кафе - Предприятие питания, предоставляющее гостям ограниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов в сочетании с отдыхом и развлечениями.

Бар - Специализированное предприятие питания, предоставляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. Можно отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку и просто развлечься.

Буфет - Ограниченный ассортимент холодных закусок, бутербродов, напитков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд несложного приготовления. Допускается отпуск упакованной продукции навынос, а также организация продовольственных товаров.

Закусочная - Изготавливает, реализует и организует потребление на месте различных блюд и закусок несложного приготовления, бульонов, холодных и горячих напитков, мучных кондитерских изделий.

Столовая - Предназначена для приготовления, реализации и организации потребления различными контингентами населения на месте завтраков, обедов, ужинов, отпуска их на дом. Предоставляет различные дополнительные услуги.

По признаку связанности управления различают предприятия, объединенные в цепи, и предприятия, работающие самостоятельно. К крупнейшим ресторанным цепям США относят МакДональдс.

В зависимости от ассортимента различают предприятия полносервисные и специализированные. Полносервисными предприятиями питания могут быть только рестораны и кафе, поскольку они предлагают широкий выбор закусок, блюд, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, различных напитков. Для полносервисных предприятий питания характерны высокий уровень обслуживания, оформление, соответствующее общей атмосфере, которую предприятие пытается создать.

Специализированные предприятия питания основаны на том, что предлагают своему потребителю блюда определенной кухни, например, французской, итальянской и тому подобное.

В зависимости от обслуживаемого контингента предприятия могут работать с постоянным контингентом (при гостиницах, санаториях и т.д.) и с переменным контингентом (городской ресторан).

В зависимости от метода обслуживания различают предприятия, в которых потребители обслуживаются официантами, предприятия самообслуживания, предприятия смешанного обслуживания.

Предприятия питания различаются также по полноте технологического цикла, объему и характеру услуг, виду питания, режиму работы, времени функционирования и другим признакам.

Типизация предприятий питания в России выполняется в зависимости от формы обслуживания потребителей, характера деятельности, ассортимента реализуемых блюд. Учитываются особенности интерьера, музыкального сопровождения, меблировки, столовой посуды и белья, приборов

Обобщенная классификация туристских предприятий питания:

1.По типу предприятия: рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные, фабрики-кухни.

2. По виду собственности: собственные, арендованные.

3. По месту расположения: в составе туристского гостиничного комплекса (ТГК), в составе гостиниц, в составе других средств размещения, автономные.

4. По способу обслуживания: обслуживаемые официантами, самообслуживания, смешанного обслуживания.

5. По классности: «люкс», «высший», «первый».

6. По ассортименту: блюда широкого выбора, комплексные блюда, блюда национальной кухни, экзотические блюда.

7. По режиму обслуживания: завтрак, полупансион, полный пансион, шведский стол (буфет), специальное питание, детское питание.

**2. КОМПЛЕКС УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ И ЕГО РОЛЬ В ТУРИЗМЕ**

## 2.1 Современное определение комплекса услуг предприятий питания

Созданная изначально для удовлетворения нужд потребителей система предприятий общественного питания также отражает степень экономического развития той или иной страны. В свою очередь, степень развития экономики отражается в доходах населения и в его желании потратить некоторую их часть на предлагаемые услуги, в том числе и услуги предприятий общественного питания.

Изучению вкусов потребителей, попыткам максимально полно удовлетворять их потребности, а в необходимых случаях и влиять на них, посвящены многочисленные публикации в печати и научные исследования. Специалистами выделяются групповые, национальные, этнические, а также индивидуальные вкусовые проявления, которые, так или иначе, влияют на предпочтение одного типа питания другому и, как следствие, предпочтение одного типа предприятия другому. Таким образом, следуя привязанностям и нуждам населения, государство, а также компании, фирмы, организации, специализирующиеся в общественном питании, создают, например, рестораны национальной кухни, концептуальные рестораны, молодежные кафе и бары, закусочные и столовые для служащих, рассчитанные на определенный сегмент рынка и учитывающие социально-экономические особенности своих потребителей. Все эти предприятия работают только в том случае, если они организованы в определенную систему конкретных типов предприятий, за каждым из которых закреплены определенные требования к предоставляемым ими услугам.

Существующий стандарт (ГОСТ Р 50764-95) устанавливает классификацию предприятий общественного питания, общие требования к предприятиям питания различных типов и классов. Он распространяется на предприятия общественного питания всех форм собственности, а также граждан-предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере предприятий общественного питания.

Стандарт предусматривает следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная.

Тип предприятия общественного питания определяется характерными особенностями обслуживания, ассортиментом реализуемой кулинарной продукции и номенклатурой предоставляемых потребителям услуг. При определении типа предприятия учитывают следующие факторы:

- ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления;

- техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений);

- методы обслуживания;

- квалификацию персонала;

- качество обслуживания (комфортность, этику общения, эстетику и т. д.);

- номенклатуру предоставляемых потребителям услуг.

Класс предприятия общественного питания определяется совокупностью отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующих качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания. Потребителям в предприятиях общественного питания различных типов и классов, в том числе и частных предпринимателей, предоставляются следующие услуги:

- питание;

- изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий;

- организация потребления и обслуживания;

- реализация кулинарной продукции;

- организация досуга;

- информационно-консультативные;

- прочие.

Услуги питания включают услуги по изготовлению кулинарной продукции и услуги по созданию условий для ее реализации и потребления в соответствии с типом и классом предприятия и подразделяются на услуги питания: ресторана; бара; кафе; столовой; закусочной.

В соответствии с вышеперечисленными основными типами предприятий общественного питания предлагается рассмотреть услуги, ими предоставляемые.

Ресторан: изготовление, реализация и организация потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления всех основных групп из различных продуктов и винно-водочных изделий. Услуги оказываются квалифицированным производственным и обслуживающим персоналом в условиях повышенного уровня комфорта и материально-технического оснащения в сочетании с организацией досуга.

Бар: изготовление и реализация широкого ассортимента смешанных, крепких алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков, закусок, десертов, мучных кондитерских и булочных изделий, покупных товаров; создание условий для их потребления у барной стойки или в зале.

Кафе: изготовление и реализация разнообразного ассортимента блюд, изделий и напитков в ограниченном по сравнению с рестораном ассортименте и с учетом специализации; создание условий для их потребления.

Столовая: изготовление кулинарной продукции разнообразной по дням недели или скомплектованных рационов питания (завтраки, обеды, ужины) для различных групп обслуживаемого контингента (рабочих, школьников, туристов и др.); создание условий для реализации и организации их потребления.

Закусочная: изготовление ограниченного ассортимента блюд несложного приготовления из определенного вида сырья; создание условий для ее реализации и потребления.

Различные типы предприятий общественного питания осуществляют также другие услуги по организации потребления продукции и обслуживания:

- организация и обслуживание: торжеств, семейных обедов и ритуальных мероприятий: участников конференций, семинаров, совещаний, культурно-массовых мероприятий в зонах отдыха и т. д.;

- услуги официанта (бармена) по обслуживанию на дому;

- доставка кулинарной продукции, кондитерских изделий и обслуживание потребителей по заказам на рабочих местах и на дому; в пути следования пассажирского транспорта (вагон-ресторан); в номерах гостиниц;

- бронирование мест в зале предприятия общественного питания;

- продажа талонов и абонементов на обслуживание скомплектованными рационами;

- организация рационального комплексного питания.

Оказываются услуги и по организации досуга клиентов предприятий общественного питания (например, проведение концертов, программ варьете в ресторанах); информационно-консультативные услуги (консультации шеф-поваров по приготовлению оригинальных и изысканных блюд, диетсестры по вопросам меню при различных видах заболеваний в диетических отделениях и столовых и т. п.).

Прочие немаловажные услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания:

- продажа парфюмерии, принадлежностей для чистки обуви и т. п.;

- мелкий ремонт и чистка одежды;

- упаковка изделий, приобретенных на предприятиях общественного питания;

- предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи на предприятии;

- гарантированное хранение личных вещей (верхней одежды), сумок и ценностей потребителя;

- вызов такси по заказу потребителя;

- парковка личных автомашин потребителей на организованную стоянку у предприятия.

Перечень услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания, может быть расширен в зависимости от его типа, класса и специфики обслуживаемого контингента потребителей.

Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания, должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования». Предприятия также должны отвечать определенным требованиям: соответствовать своему целевому назначению; предоставлять все услуги точно и своевременно, обеспечивая при этом безопасность для потребителей (вплоть до сохранности их жизней, например, противопожарные приспособления); соблюдать вопросы экологии (охрана окружающей среды территории; техническое состояние и содержание помещений, вентиляции, водоснабжения, канализации и др.). При оказании услуг должно быть учтено требование эргономичности, которое характеризуется совокупностью гигиенических, антропологических и физиологических возможностей потребления. Именно соблюдение эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания и способствует поддержанию нужного баланса в организмах потребителей. Вопрос эстетичности не менее важен в данном списке требований, так, помещение предприятия питания должно отличаться гармоничностью архитектурно-планировочного стиля, персонал - культурой обслуживания и др. Должна соблюдаться социальная адресность услуги (соответствие контингента потребителей типу предприятия). Необходимо также предоставление полной и достоверной информации о данной конкретной услуге (информативность услуги). Требование информативности предполагает использование разнообразных видов рекламы.

**2.2 Услуги предприятий питания как составная часть туристской индустрии**

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под туристской индустрией понимается 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.

В то же время предприятия питания входят в группу предприятий сферы материального производства, а, например, гостиницы, также включенные в туристскую индустрию, относятся к отрасли нематериального производства. Такое положение объясняется тем, что до настоящего времени в действующей классификации отраслей народного хозяйства отрасль туризма не имеет четкого производственного и социально-экономического статуса. Это является результатом несоответствия принятого в советский период отраслевого принципа построения классификационной схемы общественного производства условиям функционирования рыночной экономики.

Осуществление научно-технической революции ведет к тому, что старое понятие «отрасль» как таковое постепенно размывается. Для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов.

Питание является одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Туристская индустрия питания включает в себя: рестораны, кафе, бары, столовые, фабрики-кухни, фабрики - заготовочные, буфеты, шашлычные, производственные магазины, киоски кулинарии и т. п.

Данные предприятия находятся как в собственности туристских фирм, так и на правах аренды. Большинство из них «встроено» в туристе гостиничный блок (гостиницу) и является их частью, реже данные предприятия работают в автономном (самостоятельном) режиме.

В зависимости от способа обслуживания различают предприятия: обслуживаемые официантами; самообслуживания; смешанного обслуживания.

По режиму питания туристов, данные предприятия предоставляют услуги в виде завтрака, полного пансиона, полупансиона, специального питания, питания для детей и др. В ряде гостиниц предусматриваются кухни, мини-бары, а услуга питания может быть реализована как в номере (по вызову, заказу), так и на предприятии питания.

По ассортименту питания туристов данная услуга подразделяется на комплексное питание, питание по выбору, питание по предварительному заказу, в том числе по обслуживанию торжественных актов, приемов, юбилеев, банкетов и др.

Предприятия подразделяются также по числу посадочных мест и режиму работы (круглосуточный, с ограничением по времени).

В зависимости от степени технической оснащенности, качества и объема предоставляемых услуг, месторасположения, цены, архитектурно-художественного оформления помещения, ассортимента продукции, степени автоматизации и других показателей предприятия туристской индустрии питания подразделяются на классы.

Класс - отличительный признак предприятия питания, характеризующий уровень качества обслуживания.

Помимо требований, описанных в ГОСТе Р, к туристским предприятиям питания предъявляется ряд дополнительных, особенных для этой сферы деятельности, требований.

Так, например, территория предприятия общественного питания должна быть не только тщательно убрана, но также снабжена необходимым асфальтовым или декоративным покрытием. Подобные покрытия должны соответствовать оформлению территории туристского комплекса и препятствовать образованию луж, грязи, рытвин. Также существуют и другие требования к внешнему оформлению туристского комплекса.

Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими посетителям ориентироваться в ТГК.

В вестибюле на видном месте должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующая о присвоении ему определенного класса. Среди некоторых дополнительных требований можно выделить следующие:

- при обслуживании организованных туристских групп по безналичному расчету рекомендуется на завтрак, обед и ужин предлагать скомплектованные рационы питания, составленные с учетом возрастного и национального состава туристской группы, энергетических затрат на маршруте. Повторяемость рациона питания для данной группы допускается не раньше чем через 10 дней, а блюд, включаемых в рационы, не менее чем через 4 дня. Меню скомплектованных рационов питания должно быть согласовано с руководителем группы:

- предварительная сервировка столов приборами, столовой посудой с хлебом, холодными закусками и специями может быть использована во всех типах и классах предприятий только при обслуживании организованных групп по безналичному расчету;

- продукты, используемые для приготовления блюд, должны иметь сертификат, подтверждающий отсутствие вредных для здоровья веществ (нитритов, нитратов и пестицидов), а также радиационных и микробиологических загрязнений, превышающих установленные нормы. В случае отсутствия сертификата проводится лабораторный анализ поступающих продуктов;

- регулярно, но не реже чем раз в пять лет проводится аттестация производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала с целью подтверждения или повышения квалификационного разряда. Не реже чем через три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников туристских предприятий питания на курсах повышения квалификации по специальной программе;

- метрдотель, официанты и бармены должны знать не менее одного из европейских языков. В бригаду включаются официанты, владеющие разными иностранными языками;

- работники обслуживающего персонала должны быть вежливы, внимательны и предупредительны (но не навязчивы) в отношениях с посетителями, по возможности выполнять просьбы посетителей, если это не отвлекает их от выполнения прямых обязанностей. В случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить дежурного администратора, метрдотеля или директора предприятия.

На предприятиях питания осуществляется контроль над качеством услуг и обслуживания при помощи следующих методов: визуального, аналитического, медицинского, инструментальных, социологических.

Специальные формы обслуживания в ресторанах организуются с одной целью - ускорить обслуживание большого количества посетителей с ограниченным запасом времени. Такая форма используется для обслуживания участников конгрессов, конференций, симпозиумов и т. д. К специальным формам организации питания в ресторанах относятся такие, как зал-экспресс, стол-экспресс, шведский стол (буфет), кейтеринг.

Зал-экспресс. Организуется в ресторанах для ускорения обслуживания посетителей с ограниченным обеденным перерывом. Такой зал располагает небольшим количеством посадочных мест (от 40 до 50), которые обслуживаются бригадой из четырех человек. Меню представляет собой комплексный обед, состоящий из четырех блюд: холодной закуски, супа, основного горячего и десерта. Стоимость хлеба включается в цену обеда. Ко времени обеда все столы в зале-экспрессе должны быть подготовлены к приему посетителей. Сервировка обеденного стола состоит из пирожковой тарелки, столовых приборов, фужеров. На каждый стол кладут меню. Как только посетители сядут за стол, официант ставит закуску, сладкое (могут быть поставлены заранее), затем приносит суп, за ним - основное горячее блюдо и десерт. Обычно на такой обед посетитель затрачивает 15-20 мин. Стандартная стоимость обеда облегчает и ускоряет расчет посетителя с официантом. Расчет может быть произведен и по кассовому чеку, который выдается после оплаты.

Стол-экспресс. Рассчитан на 20 человек, имеет круглую форму, с поворотной центральной частью, на которой устанавливаются разнообразные закуски, блюда, кулинарные кондитерские изделия, соки, напитки. Посетители, сев за стол, поворачивают за ручку центральную поворотную часть и выбирают те или иные блюда. Горячие напитки подает официант, после чего он рассчитывается с посетителями. Сконструирован стол-экспресс в ресторане «Нева» (Санкт-Петербург), еще его называют репинским, так как конструктивно он близок к обеденному столу, разработанному художником. Шведский стол. Организация питания заключается прежде всего в ускорении обслуживания больших групп иностранных туристов, участников конференций, конгрессов и т. п. На завтрак в среднем тратится 15-20 мин., на обед и ужин -25-30 мин. При обслуживании посетителям не приходится ждать заказанных блюд и счета. Для организации шведского стола выделяют отдельный зал или часть его, удобную для обслуживания. На видном месте у кассы вывешивают информацию о часах работы, стоимости завтрака, обеда или ужина. Ассортимент шведского стола зависит от времени приема пищи (завтрак, обед, ужин) и включает разнообразные блюда, что позволяет каждому потребителю составить свой рацион с учетом индивидуальных особенностей питания.

Для организации шведского стола используется специальное торгово-технологическое оборудование различных зарубежных и отечественных фирм, в состав которого входят:

- прилавок для подносов;

- охлаждаемый прилавок для холодных и сладких блюд;

- прилавки-мармиты для супов и основных горячих блюд;

- прилавок для горячих напитков;

- тележки с выжимными устройствами;

- прилавок для столовых приборов и др.

Шведский стол можно составить из специальных складных столов высотой 750-900 мм, шириной 1500-2000 мм (длина одной линии 3000-4000 мм) или прямоугольных (квадратных) столов. Чтобы увеличить полезную площадь стола, можно использовать дополнительный элемент - горку.

Стол покрывают белой или цветной скатертью, которую опускают почти до пола (как фуршетный стол).

Для обслуживания шведского стола создается бригада официантов. Каждый работник, входящий в бригаду, выполняет конкретный вид работы. Бригадир официантов или шеф-повар, получив продукцию на завтрак (обед, ужин), выставляет ее для посетителей, следит в течение дня за ассортиментом, по мере реализации пополняет его недостающей продукцией. Официанты сервируют обеденные столы, убирают использованную посуду. По просьбе посетителей (с учетом возраста, физических недостатков и других причин) официанты могут обслужить их за столом. Контроль над работой официантов и организацией обслуживания потребителей осуществляет метрдотель зала.

Для реализации горячих напитков чаще всего организуют отдельный стол. Здесь устанавливают самовар или кофеварку, чашки, десертные тарелки, выкладывают кондитерские изделия, предлагают сахар, мед, варенье, джемы, конфитюры.

Посетители, взяв поднос со специального стола, стоящего при входе в зал, выбирают и порционируют пищу самостоятельно, однако в случае необходимости им оказывает помощь повар-консультант.

Меню должно быть разнообразным по дням недели, учитывать вкусы и запросы иностранных туристов. В необходимых случаях ресторан должен обеспечить иностранных туристов диетическими и вегетарианскими блюдами. На столы иностранных туристов ставятся флагштоки и флажки стран, из которых они прибыли. Во время обеда (ужина) в торговом зале можно организовать выносной бар с винно-водочными и табачными изделиями, которые предоставляются посетителям за наличный расчет.

По желанию индивидуальных туристов администрация ресторана обязана обеспечивать им подачу питания в номера гостиницы, за что с туристов взимается дополнительная плата.

Кейтеринг. Организация обслуживания чаше всего вне помещений предприятия питания. Наиболее характерными примерами такого обслуживания является организация пикников, банкетов, фуршетов, свадеб и т. п. мероприятий, когда для их организации и проведения приглашаются профессиональные менеджеры. По характеру отношений этот вид обслуживания соответствует традиционному в Восточной Европе комплексному обслуживанию (приготовление пищи, сервирование стола, оказание помощи в проведении мероприятия и т. п.) вне предприятия общественного питания поваром-универсалом или группой специалистов по питанию с привлечением их на основе личного контракта либо контракта с предприятием общественного питания.

Подсчитано, что в США в этом виде обслуживания принимают участие приблизительно 30 тыс. специалистов. В большей степени кейтеринг развит в многонаселенных штатах, таких, как Каролина, Нью-Йорк, Нью-Джерси.

Кейтеринг может быть разделен на много различных категорий в зависимости от того обслуживания, которое предоставляется клиентам. Однако следует заметить, что многие из этих категорий в чем-то оказываются схожими. В целом индустрию кейтеринга можно подразделить на пять основных категорий:

- кейтеринг в помещении;

- кейтеринг вне помещения;

- индивидуальный кейтеринг;

- разъездной кейтеринг;

- розничная продажа.

**3. ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ**

**3.1 Принципы функционирования предприятий питания**

Основной деятельностью предприятия питания является приготовление и реализация пищи. Для развлечения посетителей комфортабельные предприятия питания приглашают музыкантов, артистов. На балансе предприятия могут числиться магазины, подсобные хозяйства и прочее, что свидетельствует о развитии не основной деятельности предприятия.

В зависимости от формы участия в основной деятельности предприятия выделяются подразделения (цехи), результат деятельности которых выражается в кулинарной продукции, и подразделения (отделы, службы), не производящие продукцию, а выполняющие функции организации, управления и обслуживания производства (например, дирекция, склад, бухгалтерия).

В основных целях готовится и реализуется пища. В подсобных цехах производится мойка сырья, тары, хранение отходов и т.п. вспомогательные службы необходимы для функционирования основных цехов и предприятия в целом. Таковы в частности, транспортные, энергетические, ремонтные службы.

Продукция предприятия питания является прямым полезным результатом его основной деятельности. Поступающее на предприятие сырьё (продукты, предназначенные для приготовления блюд) подвергаются обработке. Труд персонала направлен на достижение прямого результата. Косвенные результаты работы – отходы, не включая в состав продукции предприятия. Для потребителя важен полезный результат. Испорченное сырьё относится к браку.

Продукция предприятия питания может выражаться в двух формах: продукт и дополнительная обработка кулинарных изделий. К продуктам относятся блюда, кулинарные изделия, полуфабрикаты, булочные, мучные кондитерские изделия, напитки.

Блюдо представляет собой единство пищевых продуктов, обладающее кулинарной готовностью, полностью пригодное для употребления, и отпущенное потребителю. Кушаньям присущи конкретные качества. В отличие от блюда кулинарное изделие, хотя и обладает качеством кулинарной готовности, требует дополнительной обработки в форме подогрева, порционирования, оформления перед подачей потребителю.

Приготовление пищи, возможно, при наличии сырья, которое не является продукцией. Признаком законченности блюда считается полная завершённость его производством. Блюдо не подлежит никакой дополнительной обработке, соответствует требованиям качества, передано потребителю.

Полуфабрикаты, не получившие законченного вида, а также блюда, незаконченные производством, образуют незавершённое производство. Наличие незавершённого производства является необходимым, так как оно, особенно на крупных предприятиях питания, наряду с запасами сырья, обеспечивает ритмичность работы цехов и сокращение времени обслуживания потребителей.

Изучение продуктов по степени готовности имеет важное значение для анализа результатов деятельности предприятия и управления им. Практика деятельности предприятий питания в мире вызывает необходимость развития специальных исследований цикла приготовления пищи.

Исторически более старым является предприятие с полным циклом обработки сырья. Предприятие получало продукты питания без кулинарной обработки от промышленности и сельского хозяйства. Прогресс в организации производства предприятий питания обусловил необходимость создания механизированных промышленных предприятий по производству полуфабрикатов, а также специальных заготовочных предприятий для механической кулинарной обработки сырья. Одновременно начинает сокращаться кухня предприятий питания (по площади, количеству и рабочим параметрам соответствующего оборудования). Отпадает необходимость в заготовочном цехе.

Современные технологии позволяют разделять во времени и пространстве стадии обработки сырья, полуфабрикатов, кулинарных изделий, представляют прогрессивное направление развития индустрии питания. Сырьём для таких предприятий являются полуфабрикаты, кулинарные изделия.

При сравнении стоимости производства одного обеда на предприятиях с разным технологическим циклом различия прослеживаются при одновременном учёте объёма производства. Для малых предприятий кухня типа «сервировочной» является наиболее выгодной. Её преимущества утрачиваются на больших предприятиях.

Для выполнения различных технологических процессов предусматриваются помещения:

- для приёма и хранения сырья

- производственные

- для потребителей

- служебные и бытовые

- технические.

Помещения для обслуживания потребителей включают аванзалы, залы для потребителей, помещение официантов, вестибюльную группу помещений, артистическую. При самообслуживании посетителей сюда также относят буфет и раздаточная.

В служебные и бытовые помещения входят: помещения дирекции, управленческого персонала, бухгалтерии; гардеробные, туалетные, душевые. Ванные для персонала; бельевые, помещения для приёма пищи персоналом.

Мастерские, службы жизнеобеспечения предприятия относятся к техническим помещениям.

Конкретный перечень помещений предприятия питания формируется в соответствии с санитарными требованиями, нормами, особенностями технологии. Здание оснащается сложным инженерным оборудованием. Во всех помещениях устанавливается система автоматического обнаружения пожара, чувствительная к дымам и газам сгорания.

**3.2 Обслуживание посетителей**

Три вопроса, ответы на которые следует получить при организации обслуживания посетителей, состоят в следующем: где, когда, как обслужить.

Выбор места расположения предприятия питания происходит перед его строительством или при реконструкции ранее построенного здания в предприятие питания. Имеются оценки, что удачное расположение ресторана может на 30% повысить его товарооборот. Поэтому выполняется, возможно, полная оценка вероятного количества и состава посетителей предприятия питания.

Коэффициенты плотности сети предприятий питания изучаемого региона определяются при сравнении характеристик предприятий питания с численностью населения или площадью региона. В качестве характеристик предприятия питания принимаются число предприятий, площадь залов, число посадочных мест.

Не менее важной является проблема установления режима предприятия. В целях увеличения потока посетителей предприятия ведут «битву за время», организуя свою работу преимущественно в те часы, когда население имеет наибольшую склонность к посещению предприятия питания. Если вопрос о месторасположении предприятия питания решается единожды, то режим работы, а также формы обслуживания посетителей подлежат периодическому пересмотру для наилучшей адаптации к спросу потребителей.

Формы обслуживания посетителей могут быть различными. Обслуживание официантами посетителей, сидящих за столами, может дополняться элементами самообслуживания по типу «шведский стол». Распространены такие формы обслуживания, как подача блюд в номера гостиницы; обслуживание пассажиров в средствах передвижения; праздничное, выездное и банкетное обслуживание. Популярно обслуживание в барах.

При самообслуживании экономится труд официанта, одновременно эта форма обслуживания позволяет сэкономить своё время на питание. Поэтому для туриста в ряде случаев привлекательны предприятия быстрого обслуживания, предприятия-автоматы, практика отпуска блюд и кулинарных изделий на дом.

Принятая форма обслуживания не даёт полного ответа «как обслужить». Надо привлекать посетителей интерьером и чистотой зала, гигиеной кухни, внешним видом персонала, качеством блюд, культурой, эффектностью и эффективностью обслуживания.

Зал должен быть красиво и качественно отделан. Оборудование, инвентарь должны находиться в хорошем состоянии, отвечать эстетическим вкусам и пропускной способности зала. Комфорту посетителей служит соответствующая звукоизоляция, освещение, воздухообмен.

Чистота зала обеспечивается тщательной подготовкой зала к обслуживанию посетителей. Выполняются следующие работы: уборка зала, расстановка мебели, подготовка предметов сервировки и столового белья, сервировка столов.

Уборка зала выполняется ежедневно специальным персоналом до и после закрытия зала. При необходимости в течение дня выполняется ткущая уборка зала.

Расстановка мебели в зале сводится к расстановке столов, стульев для посетителей, сервантов и подсобных столов для официантов. Мебель должна соответствовать своему назначению, быть удобной.

Расстановка мебели в зале зависит от ряда факторов. Имеет значение площадь зала, его конфигурация, расположение окон, дверей и удобство сообщения с производственными помещениями. Должны быть учтены основные направления движения персонала и посетителей. Необходимо строго соблюдать правила техники безопасности и рационально организовывать маршруты движения официанта.

Порядок расположения мебели в зале может подчеркнуть планировочные достоинства зала, особенности интерьера, а также служит наиболее эффективному использованию площади зала.

Проходы в залах бывают основные и дополнительные. Основной проход воспринимает первоначальный поток посетителей, который затем разделяется на меньшие. Основной проход делается более широким, чем дополнительные. Также целесообразно анализировать структуру площади зала.

Сервировка столов завершает подготовку зала к приёму посетителей. Сервировке предшествует доставка посуды, приборов, столового белья в зал; протирка посуды и приборов полотенцами; накрытие столов скатертями.

Предварительная сервировка стола в ресторане считается обязательной. Сервировка бывает различной для вечернего и дневного обслуживания. Последовательность сервировки такова:

- расстановка посуды из фарфора

- раскладка столовых принадлежностей

- расстановка посуды из стекла либо хрусталя

- раскладка салфеток

- расстановка специй и цветов

При сервировке соблюдаются правила расположения посуды, приборов, салфеток, цветов на столе. При бронировании стола следует обеспечить его сервировку на соответствующее число посетителей.

Непосредственное обслуживание посетителей в зале включает следующие операции:

- встреча, приветствие и размещение гостей (включая выбор местоположения стола, выбор свободного или частично занятого стола)

- приём заказа (включая предложение меню, формирование содержания заказа)

- передача заказа в производство (в холодный, горячий цех и прочие)

- получение продукции из буфета и кухни и подача её посетителям (включая контроль полноты ассортимента, качества заказа)

- замена, уборка посуды (при подготовке стола к очередному блюду, при уборке стола после ухода посетителей)

- расчёт с посетителями в любой момент после получения официантом заказа

- предоставление прочих услуг.

Пища подаётся на стол в определённой последовательности. Прежде всего, подаются холодные блюда и закуски. Среди них также соблюдается очерёдность подачи: рыбные, мясные холодные, из домашней птицы и дичи, овощные и грибные, сыр. Затем наступает очередь горячих закусок – начиная с рыбных и далее мясные, из птицы и дичи, овощи и грибы, яичные и мучные. Затем подаются первые блюда в последовательности: прозрачные супы, супы-пюре, заправочные, молочные, холодные, сладкие. После вторых блюд, подаваемых в последовательности: рыбные, мясные, из домашней птицы – идут овощные блюда, далее блюда из круп, бобовых, макаронных изделий. Затем наступает черёд блюд из яиц и творога. Завершают последовательность сладкие блюда и горячие напитки.

Для облегчения и контроля работы официанта разработаны электронные системы связи зала и кухни. Обеспечивается информация об объёме торговли каждым официантом, о тенденциях реализации отдельных блюд, об убытках и выручке. Система выдаёт и корректирует счета.

При изучении качества обслуживания посетителей следует выделять три составляющие: характеристику качества приготовления блюд (вкусовые свойства и внешний вид блюда), продолжительность обслуживания, а также собственно качество работ, выполняемых при обслуживании посетителей.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Питание является одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Некоторые успешно функционирующие рестораны привлекают внимание посетителей не только качеством пищи. В них в качестве оформления могут быть представлены, например, модели автомобилей, велосипедных колес, сельскохозяйственных инструментов.

В наше время индустрия гостеприимства представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще открывается новый ресторан. Новые концепции создаются с целью максимально полного удовлетворения потребностей определенных групп потребителей. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса.

В гостиничном хозяйстве слово "сервис" означает систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих самые разнообразные бытовые, хозяйственные и культурные запросы гостей. И с каждым годом эти запросы и требования к услугам повышаются. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, тем выше имидж предприятия питания, тем привлекательнее оно для клиентов и, что не менее важно сегодня, тем успешнее материальное процветание гостиницы.

В данной работе рассматриваются вопросы обслуживания гостей питанием, также были приведены классификации предприятий питания, охарактеризованы основные предприятия питания, приведены принципы функционирования предприятий питания. Большое внимание уделяется комплексу услуг, предоставляемых на предприятиях питания в сфере гостиничного сервиса.

**Список использованных источников**

1.Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание. Киев: Альтерпресс, 2002. – 374 с.

2. Ваген Линн Ван Дер. Гостиничный бизнес. Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 412 с.

3. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов. Ростов-на-Дону, 2003. – 137 с.

4. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. - Мн.: ООО "Новое знание", 2000. - 310с.

5. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320с.

6. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, - 1998. – 787с.

7. Лесник А.Л., Мацицкий И.П., Чернышев А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом. - М.: Аспект Пресс, 2000. - 265с.

8. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для проф. образования; Под ред. канд. пед. наук А.Ю.Ляпина. – 2 – е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 208 с.

9.Основы управления в индустрии гостеприимства. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 271 с.

10. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. – М.: Экономика, 2000. – 284 с.

11. Труды Академии Туризма. Выпуск 3. – СПб.: Издательство «Невский фонд», 2000. – 295с.

12. Туризм и гостиничное хозяйство/ Под ред. А.Д.Чудновского. – М.:ЭКМОС, 2000. – 317 с.

13. Уокер Д. Введение в гостеприимство. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 282 с.

14. Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 123 с.