**Влияние качества обслуживания на рентабельность предприятия питания**

**Курасова Надежда**

**Руководитель: Денисова Ю.А.**

**Государственное учреждение «Профессиональный лицей №17 г.Текели»**

**Текели, 2013**

**Аннотация**

**Цель исследования:** установление зависимости доходности предприятия питания от уровня профессионального и качественного обслуживания посетителей.

**Задачи исследования:**

* Совершенствование знаний, умений и профессиональных навыков обслуживания;
* Изучение качественного состава обслуживающего персонала всех предприятий питания города с целью определения доли работников, имеющих специальное образование;
* Проведение анкетирования среди населения города для определения значимости профессионального обслуживания;
* С помощью профессионального обслуживания клиентов предприятия добиться повышения количества посетителей.

**Гипотеза исследования:**

* результаты исследования позволят установить и развить деловые отношения с социальными партнерами и осуществить маркетинговую деятельность по пропаганде первых выпускников лицея по профессии «Организация обслуживания гостиничных хозяйств» с целью их дальнейшего трудоустройства.

**Этапы исследования:**

**1. Подготовительный этап:**

1.1. Составление списка предприятий питания города Текели и исследование качественного состава обслуживающего персонала данных предприятий;

1.2. Проведение анкетирования среди населения города Текели с целью определения степени значимости для потребителя качества обслуживания;

1.3. Заключение с социальными партнерами соглашения о проведении совместной научно-экспериментальной работы на базе их предприятия.

**2. Основной этап:**

2.1. В течение месяца фиксирование клиентов в журнале учета посетителей для определения среднего показателя посещаемости предприятия до начала научно-экспериментальной работы;

2.2. Профессиональное и качественное обслуживание потребителей учащейся, обучающейся профессии «Организация обслуживания гостиничных хозяйств», занимающейся научной работой, и продолжение ведение учета посещаемости предприятия питания.

**3.Заключительный этап:**

3.1. Подведение итогов научно-экспериментальной работы;

3.2. Организация мероприятия «Деловой диалог партнеров» на заключительном этапе выпускных квалификационных экзаменов с целью сообщения об итогах проведенной научно-экспериментальной работы социальным партнерам лицея в сфере обслуживания.

**Новизна исследования:**

С помощью научно-экспериментальной работы, проведенной совместно с социальными партнерами на их производственной базе, будет установлена степень зависимости дохода предприятия питания от профессионализма обслуживающего персонала и как решение данной задачи, будут рекомендованы первые выпускники лицея по профессии «Организация обслуживания гостиничных хозяйств».

**Актуальность выбранной темы исследований:**

Далеко не последнюю роль в нашей жизни играют различные предприятия питания, так как у современного человека довольно часто возникает необходимость поесть быстро и вкусно. В связи с этим растет количество предприятий питания, которые предлагают широкий ассортимент готовых блюд.

Изучение сферы общественного питания показало, что в городе фукнционируют 15 предприятий питания, из них 1-ресторан, 6- кафе, 2 кафе-бара, 4-закусочных и 2-столовые. В ходе беседы с владельцами организаций было выявлено, что 72% персонала не имеют специального образования. Анкетирование населения города Текели показало, что для потребителей по степени значимости на первом месте находится «Кухня предприятия питания», а на втором месте «Качество обслуживания», на третьем месте находятся такие показатели, как «Интерьер», «Музыка», «Освещение» и т.д.

Учитывая вышеизложенные факты, с помощью научно-экспериментальной работы доказано, что можно повысить в два раза прибыльность точки общепита, принимая на работу квалифицированных специалистов.

**Результаты работы и выводы:**

До начала экспериментальной работы средний показатель посещаемости кафе «Дастархан» составлял 17 человек в день. После того, как начался эксперимент по профессиональному и качественному обслуживанию, количество посетителей возросло до 31 человека в день. В ходе проведения работы клиенты заведения изъявляли желание, чтобы их обслуживала именно учащаяся лицея. На основе эксперимента установлено, что рентабельность предприятия общественного питания напрямую зависит от качества обслуживания. Для решения данной задачи владельцам организаций питания города Текели предлагается брать на работу дипломированных специалистов, например, первых выпускников лицея по профессии «Организация обслуживания гостиничных хозяйств».

**Области практического использования результатов:** сфера общественного питания города.

**Методы исследования:** беседа,анкетирование, эксперимент, наблюдение, сравнение, анализ, сопоставление.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

**ВВЕДЕНИЕ**……………………………………………………………………………………..

1. **ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ**
   1. Определение количества предприятий общественного питания функционирующих в г.Текели и изучение качественного состава их обслуживающего персонала .............................................................................................................................................
   2. Проведение анкетирования среди населения г.Текели с целью определения степени значимости для потребителей качества обслуживания ................................................
   3. Установление деловых отношений с администрацией кафе «Дастархан» для проведения научно-экспериментальной работы на базе их предприятия.........................................................................................................................
2. **ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ** 
   1. Учет посетителей в журнале регистрации до начала научно-экспериментальной работы..................................................................................................................................
   2. Изучение автором состояние обслуживания посетителей в кафе «Дастархан» ..............................................................................................................................................
   3. Обслуживание клиентов кафе «Дастархан» автором научно-экспериментальной работы …………………………………………………………………………………
   4. Результаты научно-экспериментальной работы …………………………………………………………………………………………..

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**………………………………………………………………………………......

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**………………………………………

**ПРИЛОЖЕНИЕ**………………………………………………………………………………....

**ВВЕДЕНИЕ**

Далеко не последнюю роль в нашей жизни играют различные предприятия питания, так как у современного человека довольно часто возникает необходимость поесть быстро и вкусно. В связи с этим растет количество предприятий питания, которые предлагают широкий ассортимент готовых блюд. Необхотимо отметить, что ресторанное хозяйство Республики Казахстан постоянно развивается. Сейчас закладывается основы стандартов обслуживания.

Число ресторанов увеличивается не только в крупных городах, но и по всему Казахстану. Растет уровень жизни, увеличиваются доходы населения, а это значит, что увеличивается число потенциальных клиентов ресторанов, кафе и развлекательных центров. Это делает ресторанный бизнес привлекательным с точки зрения выгодного вложения средств. Все реже встречается отношение владельца к своему ресторану как к игрушке, все чаще – как к серьезному предприятию, приносящему доход.

В связи с этим, актуальной становится проблема повышения конкурентоспособности предприятий питания. Поэтому растет потребность в персонале, способном оказывать услуги, соответствующие международным стандартам качества. Вежливое и внимательное обслуживание – один их главных слагаемых успешного ресторана. С учетом тенденций рынка, ведется серьезная и по-новому организованная государственная поддержка системы подготовки и повышения квалификации кадров для данного комплекса.

## Классификация предприятий питания

Для классификации предприятий питания используется ряд критериев, наиболее важными среди которых являются:

1. Характер торгово-производственной деятельности.

2. Месторасположение.

3. Контингент обслуживаемых клиентов (гостей).

4. Ассортимент продукции (специализация).

5. Вместимость.

6. Форма обслуживания.

7. Время функционирования.

8. Уровень обслуживания.

***Характер торгово-производственной деятельности.*** Является главным критерием, в зависимости от которого все предприя­тия питания подразделяют на следующие типы:

• ресторан; • кафе; • бар; • буфет; • закусочная; • столовая и др.

Для каждого типа предприятий питания по этому признаку классификации характерны соответствующий ассортимент блюд и напитков, применяемые формы обслуживания, местораспо­ложение, обслуживаемый контингент клиентов — сочетания дру­гих критериев классификации.

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

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана — фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки. Рестораны при гостиницах обслужива­ют как проживающих в них гостей, так и широкую публику. Они также организуют обслуживание торжественных и офици­альных приемов, совещаний, конференций, конгрессов, пре­доставляют гостям другие услуги: продажу сувениров, цветов, обслуживание в гостиничных номерах и т.д.

В большинстве ресторанов предусматривается музыкальная программа и проведение концертов.

*Кафе —* предприятие питания, предоставляющее гостям огра­ниченный ассортимент блюд и напитков, мучных кондитерских изделий, кисломолочных продуктов в сочетании с отдыхом и раз­влечениями. Большинство гостиничных комплексов в своей струк­туре наряду с ресторанами предпочитают иметь небольшое кафе.

*Бар —* специализированное предприятие питания, предостав­ляющее гостям различные напитки, десерты, сладкие блюда и закуски. В баре имеется возможность отдохнуть в уютной обста­новке, послушать музыку, развлечься.

*Буфет* производит продажу с потреблением на месте огра­ниченного ассортимента холодных закусок, бутербродов, напит­ков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд неслож­ного приготовления. Допускается отпуск упакованной продук­ции на вынос, а также реализация продовольственных товаров. В гостиницах работают буфеты, оборудованные электроплита­ми, холодильниками, охлаждаемыми прилавками, кофеваркой и другим современным оборудованием.

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

*Столовая* как предприятие питания часто встречается в струк­туре курортных гостиниц. Предназначена для изготовления, ре­ализации и организации потребления на месте различными сло­ями населения завтраков, обедов, ужинов, отпуска их на дом. Предоставляет различные дополнительные услуги.

***Месторасположение****.* В зависимости от месторасположения различают:

• *городские рестораны.* Расположены в городской черте и предлагают разнообразный ассортимент блюд, закусок, напитков либо специализируются в предоставлении обедов и (или) ужинов. Работают в определенные часы и имеют многочисленных клиентов;

• *вокзальные рестораны.* Расположены на железнодорожных и аэровокзалах. Работают круглосуточно. Характерен ограничен­ный набор блюд, закусок, напитков, невысокий уровень цен и относительно быстрое обслуживание;

• *вагоны-рестораны.* В основном имеются в поездах дальне­го следования и предназначены для обслуживания пассажиров, находящихся в пути. В меню вагонов-ресторанов входят холодные закуски, первые и вторые блюда, горячие напитки, комплексные обеды, а также дорожные наборы в пакетах, кондитерские изде­лия, фрукты, соки, минеральные и фруктовые воды, продавае­мые официантами во всех вагонах поезда;

• *рестораны на теплоходах.* Предназначены для обслужива­ния пассажиров и туристов в пути следования. В них предостав­ляются завтраки, обеды и ужины. Обслуживание осуществляет­ся официантами, но может применяться и самообслуживание. На крупных теплоходах может быть несколько ресторанов;

• *рестораны для автотуристов,* не желающих покидать авто­мобиль. Расположены возле шоссе или крупных автостоянок. В целях экономии времени клиенты обслуживаются прямо в ма­шине официантами, которые подкатывают к ним на роликовых коньках. Такой вид ресторанов распространен в США.

Бары можно классифицировать в зависимости от их распо­ложения в гостиничном здании:

• *вестибюльный бар* служит удобным местом для встреч и бесед;

• *ресторанный бар* традиционно является самым притягатель­ным элементом интерьера ресторана;

• *вспомогательный бар* представляет собой торговую точку, расположенную в глубине гостиничного здания, на этаже. В боль­ших отелях их может быть несколько. Здесь сосредоточиваются запасы вин, пива и других напитков для обслуживания гостей непосредственно в номерах;

• *банкетный бар* расположен в банкетном зале. Использует­ся исключительно для обслуживания банкетов и конференций. Как правило, банкетный бар имеет большой запас дорогих и популярных вин, напитков, пива;

• *бар при бассейне.* Любой высокоразрядный отель (не толь­ко курортный) немыслим без бассейна и бара при нем, где гости могут расслабиться с бокалом экзотического коктейля или ка­кого-либо другого напитка;

• *мини-бары —* маленькие бары с холодильником в гостевых комнатах. Предназначены для снабжения гостей налитками в любое время суток. Запасы напитков в мини-барах пополняют­ся ежедневно, а стоимость выпитого дополнительно включается в общий счет.

***Контингент обслуживаемых клиентов (гостей).*** В зависимости от этого критерия предприятия питания подразделяются на:

• общедоступные;

• связанные с обслуживанием определенного контингента клиентов.

Хотя рестораны, кафе, бары в составе гостиничных комплек­сов предназначены для первоочередного обслуживания гостей, в большинстве случаев они являются общедоступными. Пред­приятия же питания в составе отелей-клубов, пансионатов об­служивают только своих гостей.

***Ассортимент продукции (специализация).*** В зависимости от ши­роты ассортимента предлагаемой продукции прежде всего мож­но выделить две большие категории предприятий питания:

1) полносервисные;

2) специализированные.

Среди типов предприятий питания полносервисными в боль­шинстве случаев могут быть только рестораны и кафе, посколь­ку они предлагают широкий выбор закусок, блюд, хлебобулоч­ных и мучных кондитерских изделий, различных напитков.

В меню полносервисных ресторанов и кафе высока доля фир­менных и заказных блюд, которые относят к разряду блюд "вы­сокой кухни" *(фр.* haute cuisine). Для полносервисных рестора­нов характерен очень высокий уровень обслуживания: метрдотель встречает и усаживает гостя за стол, старший официант дает советы по поводу блюд, объясняет, в чем особые качества зака­зываемых блюд, он же советует, какое вино лучше подходит к заказываемым блюдам.

Оформление полносервисных ресторанов обычно соответ­ствует общему настроению, которое ресторан пытается создать. Роскошная еда, обслуживание и атмосфера — все это в ком­плексе оставляет незабываемое впечатление.

Специализация предприятий питания может быть различ­ной: от широкой специализации на блюдах определенной кухни (французской, итальянской, китайской и т.д.) до узкой специа­лизации на одном или нескольких наименованиях блюд.

Рассматриваемый признак классификации предприятий пи­тания носит весьма условный характер, в связи с чем один и тот же ресторан может быть одновременно и полносервисным и спе­циализированным. Например, специализируясь на блюдах фран­цузской кухни, ресторан одновременно предлагает широкий (не менее 15) ассортимент их наименований.

Среди разных типов предприятий питания наиболее просто специализировать бары — в зависимости от ассортимента реа­лизуемых напитков (винные, пивные, молочные, коктейль-ба­ры и др.).

Закусочные также подразделяются на предприятия общего типа и специализированные (шашлычная, чебуречная, пицце­рия, блинная, бульбяная, бульонная и т.д.).

***Вместимость****.* Для ресторанов она может составлять от 50 до 500 мест, кафе — от 50 до 150 мест, столовых — 50, 100, 200, 500 и более мест и т.д.

***Форма обслуживания.*** По применяемым формам обслужива­ния предприятия питания делятся на:

• предприятия самообслуживания;

• с частичным обслуживанием официантами;

• с полным обслуживанием официантами;

• с обслуживанием буфетчиками.

***Время функционирования.*** По этому критерию предприятия питания подразделяются на:

• постоянно действующие;

• сезонные;

а также на:

• работающие в дневное и вечернее время;

• работающие в ночное время (ночные бары).

***Уровень обслуживания.*** Предприятия питания подразделяются на следующие категории:

• люкс; • высшая; • первая; • вторая; • третья.

## Культура обслуживания на предприятиях питания

## 

Культура обслуживания — это организационная культура, направленная на обслуживание клиентов на основе выработки определенных правил, процедур, практических навыков и уме­ний. Культура обслуживания диктуется политикой предприя­тия, поддерживается системой поощрений персонала обслужи­вания и рядом других мероприятий.

Культура обслуживания вырабатывается каждым предприя­тием. На одном предприятии она может быть очень низкой, на другом же — достаточно высокой. Проявление высокой культу­ры обслуживания определяется через поведение персонала, ко­торый четко знает, как действовать в любой ситуации и что от него ожидают клиенты и руководство, а также тем, что высокая культура делает всех работников целеустремленными и застав­ляет с уважением относиться к своему предприятию.

Культура обслуживания — это сложное комплексное поня­тие, слагаемыми которого являются:

• безопасность и экологичность при обслуживании;

• эстетика интерьера, создание комфортных условий обслу­живания;

• наличие достаточного количества столовой посуды, при­боров и столового белья;

• знание и соблюдение персоналом этических норм обслу­живания;

• знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей;

• знание специальных правил предложения и отпуска раз­личных блюд и напитков, а также технических навыков и при­емов их подачи;

• знание основных, правил сервировки стола.

***Безопасность и экологичность при обслуживании.*** На любом предприятии питания в первую очередь должны быть обеспе­чены безопасность жизни, здоровья и имущества гостей, как в обычных условиях, так и в экстремальных ситуациях. В здании должны быть аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориен­тацию гостей.

Предприятия питания должны быть оборудованы системами оповещения и средствами защиты от пожара, предусмотренны­ми Правилами пожарной безопасности.

На предприятиях питания должны беспрекословно соблю­даться санитарно-гигиенические нормы и правила, установлен­ные органами санитарно-эпидемиологического надзора в части чистоты помещений, состояния сантехнического и производ­ственного оборудования, удаления отходов и эффективной за­щиты от насекомых и грызунов.

Особые требования в отношении безопасности предъявляются к персоналу обслуживания. Прежде всего, весь персонал должен пройти подготовку по безопасным методам работы, знать и соб­людать меры пожарной безопасности, правила охраны труда и техники безопасности. Все работники предприятия должны под­лежать периодическому медицинскому освидетельствованию. При поступлении на работу они обязаны пройти медицинский осмотр и прослушать курс по санитарно-гигиенической подготовке. В процессе работы на предприятии обслуживающий персонал периодически, не реже одного раза в два года, должен сдавать экзамены по санитарному минимуму. На каждого работника за­водится личная медицинская книжка, в которую вносят резуль­таты медицинских обследований, сведения о перенесенных ин­фекционных заболеваниях, о сдаче санитарного минимума. К работе на предприятии не допускаются лица, являющиеся ис­точником инфекционных заболеваний.

Предприятия питания должны располагаться в благоприят­ных экологических условиях.

***Эстетика интерьера, создание комфортных условий обслужива­ния.*** Интерьер представляет собой внутренне организованное про­странство помещений предприятий питания, одновременно вы­ступающее средой действия (в нем осуществляется технологичес­кий цикл обслуживания гостей) и средой восприятия (обладает способностью оказывать сильное эмоциональное воздействие).

К помещениям предприятий питания, в которых происхо­дит обслуживание посетителей, относят залы, бары, коктейль-холлы, буфеты. Входную группу помещений, где начинается об­служивание, составляют вестибюль с гардеробом, аванзал (по­мещение для сбора, ожидания и отдыха гостей), санузел.

Залы — это основные помещения предприятий питания, где обслуживают гостей. Их расположение влияет на планировоч­ное решение, объемную композицию и архитектуру всего зда­ния. Очень важно обеспечить рациональную связь торговых за­лов с производственными и вспомогательными помещениями, которая обусловлена технологическим процессом и функцио­нальными требованиями. В частности, зал должен быть распо­ложен таким образом, чтобы в него не проникали шумы про­изводственных помещений и запахи кухни.

В решении интерьера учитывается специализация предпри­ятий питания, контингент клиентов, на который они рассчита­ны, применяемые методы обслуживания и ряд других факторов. При всем этом важно максимально раскрыть связь интерьера и окружающей предприятие среды: ландшафта, городского рай­она, улицы. Это достигается применением различных архитектурных приемов, что часто играет для предприятия не меньшую роль, чем хорошая кухня.

Одним из факторов, определяющих комфортные условия обслу­живания на предприятиях питания, является правильное *освещение* залов и прилегающих помещений. Освещение вестибюля должно гармонировать с освещением холлов, обеденных залов, баров, умы­вальных комнат, кабин лифтов и других подсобных помещений. С помощью освещения можно подчеркнуть характер предприятия, сформировать его образ. Особое внимание следует уделить органи­зации наружного освещения, которое способствует привлечению посетителей. Наружное освещение самого здания, вывесок и подхо­дов к нему должно гармонировать с окружающей средой и в то же время привлекать внимание. Если предприятие расположено на шумной городской магистрали, то и освещение должно быть ди­намичным, ярким. Если ресторан или кафе располагаются в тихих уголках города, вдали от транспортного шума, то предпочтитель­нее спокойное освещение, гармонирующее с уютным интерьером.

В зале ресторана с помощью освещения можно выделить от­дельные зоны, направить потоки посетителей. Наиболее интерес­ные элементы интерьера следует выделять более ярким светом.

Психологи рекомендуют в обеденном зале делать освещение динамичным. Особенно ярким освещение должно быть во вре­мя завтрака, чтобы клиенты могли читать газеты, журналы. В вечернее время освещение должно способствовать созданию ат­мосферы праздничности, торжественности или уюта. В некото­рых ресторанах используют комбинированное освещение, ха­рактеризующееся сочетанием зон с достаточно ярким освеще­нием и затемненных.

Основным организующим и функциональным элементом ин­терьера предприятий питания, оказывающим влияние на созда­ние комфортных условий обслуживания, является *мебель.* К но­менклатуре и видам используемых в ресторанах, кафе, барах ме­бельных изделий кроме общих (функционально-технологических, эргономических, эстетических) предъявляются следующие спе­циальные требования:

• соответствие мебели характеру работы предприятий, по­скольку самообслуживание или обслуживание официантами вли­яет на площадь стола, рассчитанную на одно место за ним;

• соответствие типу торгового зала (ресторан, кафе, банкет­ный зал, бар), от чего зависят вид мебели и ее размеры;

• удобство — соотношение между высотой стола и высотой сиденья стула, высотой подлокотников и спинкой кресла (наи­более комфортным считается размер 20—31 см — расстояние от сиденья кресла до столешницы);

• гигиеничность, которая обеспечивается использованием со­ответствующих этому требованию отделочных материалов.

Главным предметом меблировки предприятий питания яв­ляются столы. Основные конструктивные элементы стола — это столешницы и опоры. Столешницы могут быть различной кон­фигурации (круглые, квадратные, прямоугольные) и размеров. По виду опоры столы могут быть одно-, двух-, трех-, четырех­опорные. Размеры столов определяются их назначением: для рес­торанов — обеденные, фуршетные, банкетные; для кафе и сто­ловых; для кафетериев и т.д.

***Наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столового белья.*** Важным условием обеспечения высокой куль­туры обслуживания на предприятиях питания является наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столово­го белья, содержащихся в безукоризненном порядке. На пред­приятиях питания используется посуда различных видов: фар­форовая, фаянсовая, стеклянная, хрустальная, металлическая, деревянная, пластмассовая, посуда разового пользования. Ко­личество посуды, ее комплектность зависят от типа предприя­тий, их мощности, разнообразия меню, режима работы, форм обслуживания, категории и некоторых других факторов.

Столовые приборы, используемые на предприятиях питания, делят на две группы: основные и вспомогательные. Основные приборы предназначены для приема пищи, вспомогательные — для раскладки блюд.

К основным приборам относят закусочный, рыбный, столо­вый, десертный, фруктовый. *Закусочный прибор* (нож, вилка) ис­пользуется для сервировки стола при подаче холодных блюд и закусок всех видов, а также некоторых горячих закусок. Отлича­ется от столового прибора меньшими размерами. *Рыбный прибор* (нож, вилка) используется для сервировки стола при подаче вто­рых рыбных блюд. Прибор включает вилку с четырьмя короткими зубцами и углублением для отделения костей и нож с корот­ким и широким лезвием в виде лопаточки. *Столовый прибор* (нож, вилка, ложка) используется для сервировки стола при подаче первых и вторых блюд при отсутствии специального прибора. *Десертный прибор* (нож, вилка, ложка) используется при подаче сладких блюд, сладких пирогов, арбузов и т.д. По размеру десерт­ный прибор немного меньше закусочного. *Фруктовый прибор* (вилка, нож с острым, коротким лезвием, напоминающий перо­чинный) отличается от десертного меньшими размерами.

На предприятиях питания для оформления зала и обслужи­вания используют различные виды столового белья и скатертей. Классическим материалом для них является лен и хлопчатобу­мажная ткань. В настоящее время используют такие материалы, как шелк, тонкое сукно, акрил, дралон, присент, покулен.

***Знание и соблюдение персоналом этических норм и правил обслу­живания.*** Особое место в работе предприятий питания занимает этическая сторона обслуживания. Высокая этическая культура — обязательная черта каждого работника индустрии гостеприим­ства. Это первейшее нравственное требование. Грубость, бестакт­ность, пренебрежительное отношение к людям нетерпимы в лю­бой сфере трудовой деятельности, но в сфере услуг они недо­пустимы.

Развитие высокой культуры обслуживания, ориентированной на запросы клиентов, имеет первостепенное значение в деятель­ности предприятий питания. Независимо от используемого мето­да обслуживания все работники ресторана, кафе, бара, буфета должны руководствоваться определенными правилами, направ­ленными на создание у гостя максимального чувства комфорта. В качестве основного правила обслуживания следует усвоить то, что по отношению ко всем без исключения гостям персонал обслуживания должен быть безукоризненно вежлив, внимателен и тактичен. Гости практически всегда должны видеть обслужива­ющий персонал, но никогда (за редким исключением) не должны слышать их разговоров между собой. Популярность многих пред­приятий питания часто находится в прямой зависимости от эти­ческой культуры обслуживания, от вежливого и внимательного отношения официантов к посетителям. Производственный, орга­низационный и эстетический аспекты не исчерпывают всех форм культуры обслуживания в современном ресторане. Чтобы об­служивание было действительно культурным, недостаточно иметь современное красивое предприятие с техническим оборудова­нием. Важно располагать на этом предприятии квалифициро­ванными, знающими свое дело кадрами.

Благожелательное отношение к клиенту должно начинаться с того момента, когда он переступил порог ресторана, кафе, бара. Вежливая, внимательная встреча клиентов в определенной мере содействует повышению их психологического настроя. Очень важно также обеспечить индивидуальный подход к клиентам, который заключается в знании и учете их личных качеств, инте­ресов, склонностей, в соответствии с которыми следует выби­рать определенную манеру обращения.

Персонал обслуживания предприятий питания должен иметь твердые представления о нравственных требованиях, предъявля­емых к их профессии. Этим критерием обычно руководствуют­ся при подборе и расстановке кадров, что особенно относится к официантам, барменам, метрдотелям, которые являются цен­тральными фигурами в обеденном зале. Именно с ними непосред­ственно имеют дело сотни людей, к ним они обращаются с прось­бами, за советом, им делают замечания, высказывают недоволь­ство или похвалу и т.д.

При решении вопроса о приеме на работу в сферу гостепри­имства целесообразно выяснить, обладает ли претендент ком­муникативными способностями. Известно, что официанты, не обладающие такими способностями, испытывают тяжелейшие нервные нагрузки, из-за чего часто возникают конфликтные си­туации во взаимоотношениях с посетителями. Это, в свою оче­редь, нередко приводит их в стрессовое состояние, сопровожда­ющееся повышенной раздражительностью. Обиженным и край­не неудовлетворенным остается и потребитель.

***Знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и оче­редность обслуживания гостей.*** При обслуживании по меню "а ля карт" преимуществом пользуются лица старшего возраста перед младшими, женщины перед мужчинами. Во время торжест­венных мероприятий предпочтение всегда отдается юбиляру.

Более сложным представляется вопрос о том, с кого следует начинать обслуживание при проведении специальных мероприятий. В основном необходимо придерживаться правил, приве­денных выше. Однако в условиях дипломатических приемов эти правила в значительной степени изменяются.

При проведении специальных мероприятий обслуживание всегда начинают с почетных гостей, независимо от того, сидят они за общим банкетным столом или за отдельными столиками. Следует учитывать и то обстоятельство, что на официальных приемах и банкетах нередко присутствуют члены семей руково­дящих лиц. Если за столом находятся супруги министров двух государств, то обслуживание начинается не с них, а с министра-гостя и министра-хозяина. Таким образом, преимущество отда­ется общественному положению гостя.

В рамках специальных мероприятий официант поочередно обслуживает всех гостей, занимающих места за столом в поряд­ке общественного ранга: сначала юбиляра, затем почетного гостя, руководителя учреждения, ответственных представителей, работ­ников учреждения. В этом случае правило, согласно которому сначала обслуживаются женщины, а уж затем мужчины, непри­менимо.

При передвижении обслуживающего персонала по залу дейст­вуют правила, схожие с правилами дорожного движения: при встречном движении идти по правой стороне; обгонять слева; не останавливаться внезапно; избегать ненужных движений и т.д. При сервировке столов, а также в процессе непосредственного обслуживания гостей официант всегда движется вперед. Работа, выполняемая им с правой стороны от гостя, обусловливает для него необходимость обходить стол слева. И наоборот, работа, выполняемая официантом с левой стороны от гостя, обусловли­вает необходимость для него обходить стол справа.

Стоя с правой стороны от гостя, официант выполняет следу­ющие действия:

• раскладывает приборы, которые должны лежать справа (ложки, ножи);

• расставляет и убирает бокалы, рюмки и т.д.;

• подает бутылки с алкогольными напитками;

• разливает напитки;

• расставляет тарелки с супом;

• подает или наливает горячие напитки (кофе, чай, шоколад и т.д.);

• подает карту меню;

• подает тарелки с табачными изделиями (например, с рас­крытой пачкой сигарет);

• убирает со стола тарелки, чашки, приборы, соусницы, по­суду из стекла, бутылки, салфетки и др.

Стоя с левой стороны от гостя, официант выполняет следу­ющие действия:

• раскладывает приборы, которые должны лежать с левой стороны (например, вилки);

• раскладывает масло, предлагает гостям выложенную на блю­до пищу;

• расставляет и убирает пирожковые и закусочные тарелки, салатники;

• предлагает гостям поднос для уборки ненужной посуды;

• предлагает сигареты, которые гость сам достает из пачки и т.д.

***Знание и соблюдение специальных правил предложения и от­пуска различных блюд и напитков.*** Предпосылкой квалифициро­ванного обслуживания гостей на предприятиях питания являет­ся обстоятельное знание специальных правил предложения и отпуска различных блюд и напитков, а также технических на­выков и приемов их подачи.

***Предложение и подача холодных закусок.*** Холодные закуски способствуют возбуждению аппетита, поэтому они должны иметь привлекательный внешний вид. Подача холодных закусок осу­ществляется в следующей последовательности:

1) рыбная гастрономия (икра, рыба, шпроты);

2) рыбные блюда собственного производства (рыба отварная, заливная, под маринадом и т.д.);

3) мясная гастрономия;

4) мясные закуски собственного производства;

5) натуральные овощи;

6) салаты (рыбные, мясные, овощные, яичные);

7) сыр.

Температура подаваемых холодных закусок должна быть не выше 14 градусов, некоторые продукты (сливочное масло) дол­жны быть охлажденными. Овощи в натуральном виде можно подавать в салатниках с пищевым льдом.

Холодные закуски подаются на закусочных тарелках, если они предназначены для индивидуальной подачи, или в метал­лических и фарфоровых блюдах круглой и овальной формы, ес­ли они подаются группе посетителей, на банкетах и приемах.

Для раскладывания закусок в зависимости от их вида приме­няют ложку столовую, ложку десертную или вилку либо то и другое. Используют также специальные приборы: лопатки для раскладывания рыбы, икры, паштета, приборы для салатов, щипцы.

*Предложение и подача горячих закусок.* Горячие закуски подают перед основным блюдом и, как правило, в той специальной посу­де, в которой они приготавливались (порционные сковородки, кокотницы, кокильницы, посуда из жаропрочного стекла)

*Предложение и подача супов.* Супы подают после закусок. По температуре подачи супы бывают горячие (74 °С) и холодные (7—14 °С). Супы, заправленные льезоном, должны иметь темпе­ратуру подачи 64 °С.

В зависимости от технологии приготовления супы делятся на следующие виды: прозрачные (бульоны), заправочные (щи, борщи), пюреобразные, молочные, холодные, фруктово-ягодные Вид супов определяет посуду и способы их подачи.

Супы подают в тарелках, в бульонных чашках, в супнице. При подаче некоторых видов заправочных супов, борщей и су­пов национальных кухонь используют порционные горячие гор­шочки, в которых эти супы готовились.

*Предложение и подача вторых блюд.* Ассортимент вторых блюд, предлагаемых клиентам ресторана, разнообразен как по исполь­зуемому сырью, так и по способу тепловой обработки. Последо­вательность их подачи следующая:

1)рыбные; 2) мясные; 3)птица и дичь; 4) овощные; 5) крупяные; 6) яичные; 7) молочные; 8) мучные.

Если какое-либо блюдо отсутствует, то это не нарушает оче­редности их подачи.

Вторые блюда подают в горячем виде при температуре 65 °С, соусы к ним — 75 °С, заказные блюда — 80—90 °С. Чтобы сохра­нить температуру блюд при отпуске, тарелки для подачи следует подогревать до 40—45 °С.

*Предложение и подача алкогольных напитков.* Вкусовые ка­чества алкогольных напитков раскрываются при их удачном со­четании с потребляемыми блюдами. Поэтому необходимо знать основные принципы сочетаемости напитков с блюдами:

• к закускам рекомендуется подавать крепкие спиртные на­питки (водку, настойки), а также крепкие вина. К некоторым горячим (сосиски, раки) и холодным закускам (сыр, крабы) по­дают пиво;

• к горячим блюдам из светлого мяса (свинина, телятина, курица) подают светлые (белые) столовые сухие вина;

• к горячим блюдам из темного мяса (говядина, баранина, дичь, мясо диких животных, утка, гусь) подают темные (крас­ные) столовые вина;

• к рыбным блюдам подают белые столовые сухие вина, ха­рактеризуемые полнотой, гармоничностью, легкостью и свежес­тью вкуса, обладающие малой экстрактивностью;

• к овощным блюдам и зелени рекомендуют столовые по­лусладкие белые и красные вина, имеющие приятную свежесть, нежный вкус, пониженную кислотность;

• к сладким блюдам и фруктам рекомендуют шампанское и десертные вина. К слишком сладким блюдам не следует пода­вать сладкие вина;

• если блюдо готовится в вине, то именно с этим сортом вина его надо подавать;

• местные блюда хорошо дополняются местными винами;

• вином ни в коем случае не следует запивать салаты с при­правой на уксусной основе, мясо под соусом "карри" и сладкие блюда на шоколадной основе, поскольку эти вкусы дисгармо­нируют или даже подавляют друг друга;

• к черному кофе подают коньяк или ликер. Коньяк также хорошо сочетается с лимоном, чаем, фруктами;

• при большом ассортименте вин, подаваемых к столу, ма­рочные вина следует подавать после ординарных, сладкие де­сертные и ликерные после сухих и подусладких, крепленые ви­на после слабоалкогольных, красные после белых.

Вкусовые и ароматические вещества напитков приобретают наиболее выраженный характер при отпуске их в стеклянной посуде соответствующих формы, емкости и цвета. Ем­кость посуды зависит от крепости налитка: чем он крепче, тем меньше должна быть емкость. Вся винная посуда должна быть из бесцветного стекла, чтобы гость мог оценить цвет и прозрач­ность вина.

Решающим условием для наиболее полного выявления вку­совых качеств алкогольных напитков является соблюдение оп­ределенной температуры при их подаче.

При предложении алкогольных напитков необходимо учи­тывать и время года. В жаркие дни следует рекомендовать белые сухие вина, обладающие освежающим вкусом, зимой — крас­ные столовые крепкие вина, коньяки.

При подаче алкогольных напитков следует помнить, что на­питки для группы гостей подают в бутылке, для одного гостя — в графине соответствующей емкости. Для того чтобы было лег­ко разливать, графин следует наполнять на 3/4 объема.

Прежде чем поставить бутылку с заказанным напитком на стол, официант должен показать ее гостю. Для этого необходи­мо, чтобы бутылка была обращена этикеткой к гостю, что поз­волит ему убедиться в правильности выполнения заказа. Откры­вать бутылку можно только в присутствии и с разрешения гостя.

После показа бутылки и ее открытия официант наливает гос­тю пробный глоток. Подняв рюмку (бокал) против света, гость имеет возможность проверить цвет и прозрачность вина. По аро­мату он определяет его букет. Получив согласие, официант на­полняет рюмки (бокалы) всех присутствующих за столом гостей и последним — рюмку (бокал) хозяина застолья. При обслуживании большой группы гостей пробный глоток хозяину (орга­низатору) не наливают.

В водочные, мадерные и рейнвейные рюмки напиток не до­ливают на полсантиметра. Лафитные рюмки и бокалы для шам­панского заполняют на 2/3, фужеры — наполовину.

Официант вновь наполняет только полностью освободившие­ся рюмки, бокалы, фужеры. Для того чтобы долить невыпитый до конца напиток, необходимо прежде получить на это согласие гостя.

*Предложение и подача безалкогольных напитков.* Минераль­ная вода и газированные безалкогольные напитки должны быть охлаждены до 4—6°С, так как при этом они приобретают более приятный вкус и лучше утоляют жажду. Бутылки с напитками официант приносит в руке или на подносе и открывает только в присутствии гостя. Получив разрешение гостя, напиток налива­ют в фужер до половины или на 1/3.

Охлажденную воду со льдом подают в кувшинах или графи­нах, при индивидуальном обслуживании — в стакане коничес­кой или цилиндрической формы.

Соки, квас, морс, прохладительные напитки собственного производства подают в кувшинах, наливают в конические ста­каны или фужеры. К томатному и овощным сокам подают отдельно соль и черный перец.

*Предложение и подача горячих напитков.* Горячие напитки (чай, кофе, какао, шоколад) оказывают тонизирующее воздействие на организм человека, повышают его работоспособность. Их по­дают на завтрак, обед, ужин. Специальное обслуживание также заканчивается чашкой кофе или чаю. Температура подачи горя­чих напитков — 75 °С.

Чай рекомендуется подавать в фарфоровом чайнике. Это поз­воляет лучше сохранить аромат и температуру напитка. Можно подавать чай в чашках или чайных стаканах с подстаканниками.

Подача кофе зависит от способа приготовления. Кофе чер­ный можно готовить в кофейнике по числу указанных порций. Для сохранения температуры его следует переносить в кофей­нике и разливать на подсобном столе или непосредственно гос­тям в чашки. Кофейник с оставшимся кофе ставят на стол с правой стороны гостя. Кофе можно подавать в чашках с блюд­цами. При этом официант к гостю подходит справа и ставит перед ним чашку с блюдцем.

При подаче кофе с молоком или сливками рекомендуется пользоваться кофейниками, в которых подают кофе, и молоч­никами или сливочниками. Сахар подают на розетке или в са­харнице.

***Знание основных правил сервировки стола.*** Слово "сервировка" в переводе с французского "servier" означает, с одной стороны, подготовку стола к приему пищи, то есть расстановку посуды в определенном порядке, а с другой стороны, совокупность пред­метов (посуды, приборов, столового белья), предназначенных для этой цели.

Сервировка стола — процесс творческий, отличающийся мно­говариантностью и зависящий от целого ряда факторов:

• времени принятия пищи;

• ассортимента блюд, имеющихся в меню и способа их при­готовления;

• категории предприятия питания;

• методов обслуживания;

• видов сервиса и других факторов.

При использовании предметов сервировки необходимо соб­людать определенные правила, в общем сводящиеся к тому, что используемые столовая посуда и приборы должны быть всегда начищены до блеска и каждый элемент сервировки должен иметь на столе свое место. Начинают сервировку с расстановки посу­ды из фарфора, затем раскладывают приборы, ставят посуду из стекла или хрусталя. Завершается сервировка размещением сал­феток, после чего на столы ставят приборы со специями и вазы с цветами. Ориентиром в распределении предметов сервировки служат складки на скатерти или расположение кресел, которые обычно ставят по количеству гостей с интервалом не менее 30 см. Для того чтобы гости чувствовали себя удобно и официантам было легко их обслуживать, на каждое место при сервировке стола в зале предусматривают 60—70 см при повседневном об­служивании и 80-100 см при обслуживании банкетов.

В самом общем плане различают два вида сервировки: пред­варительную и исполнительскую.

*Предварительную сервировку стола* выполняют в процессе под­готовки зала ресторана к обслуживанию. Она включает мини­мальное количество предметов, которые могут быть использо­ваны при выполнении заказа.

*Исполнительская сервировка стола —* сервировка, которую производят по заранее известному меню заказа, обычно при об­служивании банкетов и других мероприятий.

Предварительная сервировка стола для завтрака предполага­ет наличие пирожковой тарелки, закусочного прибора, чайной ложки, фужера, салфетки. В зависимости от предлагаемого ме­ню может быть еще нож для масла и закусочная тарелка. Такая сервировка включает минимальный набор предметов.

Предварительная сервировка столов в дневное время вклю­чает пирожковую тарелку, столовый прибор, фужер, салфетку.

Во время обеда по меню заказных блюд сервировка включа­ет пирожковую, закусочную тарелки, закусочный и столовый приборы, фужер, салфетку.

Для обслуживания в вечернее время по меню заказных блюд дополнительно получают посуду и приборы. Столы предварительно сервируют пирожковыми и закусочными тарелками, установленными на мелкие столовые, закусочными и столовыми прибора­ми (без ложки), салфетками, фужерами, приборами для специй, вазочками с цветами.

При сервировке закусочные и столовые тарелки расставля­ются на столе на расстоянии 2 см от его края (напротив центра каждого кресла). Слева от закусочных или мелких столовых на расстоянии 5—10 см ставят пирожковые тарелки, при этом их центр должен находиться на одной линии. Те столовые прибо­ры, которые принято укладывать с правой стороны тарелки, рас­полагают в направлении слева направо, приборы, которые при­нято укладывать с левой стороны тарелки, размещают в направ­лении справа налево. Гость берет приборы в обратном порядке.

При расстановке посуды из стекла один из предметов всегда ставят у кончика ножа столового прибора. В тех случаях, когда предусматривается сервировка несколькими предметами из стек­ла (фужер, рюмки разных емкостей), расположение каждого из них определяется последовательностью подачи блюд и напит­ков. И для гостей и для официантов удобно, когда рюмки для напитков, поданных к закуске, стоят впереди, а рюмки, стака­ны, предназначенные для использования во время десерта, — за ними. Фужеры и рюмки могут устанавливаться по диагонали. Допускается также размещение их треугольником.

Основные правила сервировки столов не являются чем-то незыб­лемым. Каждый официант, руководствуясь ими, может проявить творческий подход к решению вопроса и предложить свой вариант расположения столовых приборов и посуды. Однако он должен быть целесообразным и создавать максимальные удобства для гостей.

**1.ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ**

**1.1 Определение количества предприятий общественного питания функционирующих в г.Текели и изучение качественного состава их обслуживающего персонала**

С целью определения количества предприятий питания функционирующих в нашем городе мы исследовали всю сферу общественного питания: составили перечень ПП, исследовали их внешний вид и качественный состав обслуживающего персонала. В результате, было установлено, что в городе функционирует 15 предприятий питания, из которых: 1-ресторан, 6-кафе, 2 кафе-бара, 4-закусочных, 2-столовые (диаграмма 1).

1.Ресторан «Семиречье»

Адрес: Кунаева 106; количество мест – 120

2.Кафе «Сказка»

Адрес: Ауэзова 25, количество мест – 120

3.Кафе «Шанс»

Адрес: Ауэзова, 36; количество мест – 80

4.Кафе «Швейцария»

Адрес: Алтынсарина 20; количество мест – 120

5.Кафе «Чосон»

Адрес: Ауэзова, 34; количество мест – 40

6.Кафе «Центр Славянский двор» при гостинично-банном комплексе.

Адрес: Кунаева 171; количество мест – 30

7.Кафе-бар «АЗ»

Адрес: Ауэзова 33а; количество мест – 30

**8.Кафе «Дастархан»**

9.Закусочная «Мирас»

Адрес: Тәуелсіздік 16; количество мест – 30

10.Cтоловая «Профилакторий Текели»

Адрес: Сатпаева 5а; количество мест – 80

**11.Столовая ТОО «Казцинк-ТЭК»**, Кунаева 178.

**12.Кафе-бар «Текелийское пиво**», Аль-Фараби 28,

**13.Закусочная «Пельменная»,** Аль-Фараби 18;

**14.Закусочная «Акнар»,** Ауэзова 37;

**15.Закусочная «Сая»**, Ауэзова 33;

В ходе беседы с владельцами организаций было выяснено, что 72% обслуживающего персонала не имеют специального квалифицированного образования (диаграмма 2). Надо отметить, что не все владельцы давали информацию о качественном составе трудового коллектива их предприятия. Одним из причин невысокого уровня обслуживания работодатели указывали на то, что в учебных заведениях города не осуществлялась подготовка кадров по данной специальности.

Внешнее обследование показало, что не все предприятия питания уделяют должное внимание внешнему оформлению здания, освещению территории, интерьеру, музыкальному сопровождению, разнообразию меню и уровню обслуживания.

**1.2. Проведение анкетирования среди населения г.Текели с целью определения степени значимости для потребителей качества обслуживания**

Для определения значимости качества обслуживания для потребителей была составлена анкета следующего содержания:

**Что, по Вашему мнению, играет первостепенную роль при посещении предприятий общественного питания (рестораны, кафе, бары)?**

1. Кухня предприятия питания;
2. Качество обслуживания клиентов: формы обслуживания, используемые на предприятии питания;
3. Интерьер предприятия питания.

Мы провели анкетирование среди 100 жителей нашего города различных возрастов. Анализ результатов анкетирования показал, что для 56% опрошенных жителей главным показателем качества деятельности предприятия питания является кухня (качества приготовления блюд и закусок), для 35% - качество обслуживания, для 9% - интерьер предприятия питания (диаграмма 3). Тем самым, мы убедились в том, что в глазах потребителей не последнее место занимает именно уровень и качество обслуживания.

**1.3. Установление деловых отношений с администрацией кафе «Дастархан» для проведения научно-экспериментальной работы на базе их предприятия**

Темой научно-исследовательской работы больше всех заинтересовался заведующий кафе «Дастархан» Давыдов Е.А. Он согласился в течение месяца до начала экспериментальной работы вести учет посетителей в журнале регистрации клиентов и объема заказов. Кроме того, был согласен на обслуживание клиентов автором научно-экспериментальной работы. Одним из причин выбора данного предприятия было, то что автор работы жил недалеко от кафе «Дастархан».

**Сведения о руководителе предприятия питания «Дастархан»**

1. Фамилия, имя, отчество - Давыдов Евгений Александрович.

2. Должность – директор ИП «Давыдов».

3. Образование: средне-профессиональное, повар-кондитер 5 разряда.

3. Дата рождения - 03.11.1982 г.

**Сведения о предприятии питания**

1. Полное наименование предприятия питания – Кафе «Дастархан»

2. Форма собственности – частное ИП

3. Профиль предприятия питания – услуги питания

4. Адрес предприятия питания - г.Текели, ул.Абылай хана 23

5. Описание концепции, цели создания – предоставление услуг питания, проведение торжеств, создание новых рабочих мест, развитие соцпартнерства.

6. Форма обслуживания – обслуживание официантами.

7. Форма привлечения клиентов – реклама.

**2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**2.1. Учет посетителей в журнале регистрации до начала научно-экспериментальной работы**

С 10 октября по 10 ноября 2012 года администрация кафе «Дастархан» начала фиксировать клиентов и содержание их заказа в предложенном мной журнале учета посетителей:

10 октября – 17 посетителей,

**2.2. Изучение автором состояние обслуживания посетителей в кафе «Дастархан»**

Осблуживающий персонал в кафе состоял из двух человек, не имеющих специального образования. В течение недели с 5-11 ноября я наблюдала за работой официантов данного кафе и обнаружила ряд ошибок:

1.Неправильная встреча гостей;

2.Не своевременная подача меню;

3.Обслуживание гостей без подноса;

4. Неправильная сервировка стола;

5.Неопрятный вид основных столовых приборов;

6. Нарушение правил подачи блюд;

7.Отсутствие обслуживания стола во время трапезы;

8.Отсутствие информирования посетителей о меню;

9.Неполноценное использование разнообразных видов складывания салфеток;

10.Отсутствие должного внимания к просьбам и замечаниям посетителей.

В общем, уровень обслуживания в данном кафе можно оценить как «низкий».

**2.3. Обслуживание клиентов кафе «Дастархан» автором научно-экспериментальной работы**

Трудно поспорить с тем, что в обслуживании гостей очень многое зависит непосредственно от **официанта.** Можно нанять лучших поваров, оформить помещение обеденных залов в безупречном стиле, пригласить музыкантов с консерваторским образованием, но официант может свести все это на нет своей грубостью и неуклюжестью. Именно он и никто другой вступает в тесный контакт с вновь пришедшим гостем, формируя первое впечатление о заведении. И если от общения с ним у посетителя остался неприятный осадок, то ликвидировать его будет очень непросто.    
«Официант— это тот человек, который задает тон. Какое впечатление он произведет на гостя, с таким настроением тот и уйдет». Официант должен быть хорошим психологом и идеально чувствовать настроение клиента. В хорошем заведении у посетителя не должна возникать необходимость подзывать официанта. Профессионал должен по взгляду, поведению клиента определить, нуждаются в нем в данный момент или нет. Итак, создать для посетителей максимально комфортные условия, сделать сервис внимательным и вместе с тем ненавязчивым можно только в том случае, если гостей обслуживают официанты, способные творчески подходить к исполнению своих профессиональных обязанностей. Официант должен уметь подстроиться под каждого клиента, без слов понять потребности посетителя.

Все эти правила разработаны и проверены на практике с учетом потребностей гостей. Придерживаясь их во всех случаях – независимо от формата заведения – мы можем быть уверены, что гость вернется к нам снова и снова, а это и есть наша цель работы с клиентами.

**Правила обслуживания на предприятиях питания**

1. Приятная интонация, голос

2. Улыбка, зрительный контакт

3. Знание меню, карты вин, услуг, новостей

4. Приятный, опрятный внешний вид

5. Профессионализм, красивые плавные отточенные движения

6. Внимание к их присутствию, к просьбам и замечаниям

7. Своевременная скорость обслуживания

8. Хорошо поставленная речь, продуманные фразы

9. Одинаково радушное приветствие и прощание

10. Одинаковое внимание до подачи заказа и после подачи счета

11. Встреча гостей в дверях

12. Одновременная с посадкой гостей подача меню/карты вин/

13. Замена пепельниц после одного-двух окурков

14. Принятие заказа именно тогда, когда гости только что отложили меню

15. Быстрая подача напитков

16. Безукоризненная чистота стола, своевременная уборка грязной посуды

17. Поддержка потребностей гостя в общении, или, напротив, в покое; настройка на тот фон общения, который нужен гостю

18. Быстрая подача счета (но возврат сдачи должен быть еще быстрей)

С 14 ноября 2012 года в свободное от учебы время я начала экспериментальную часть научно-исследовательской работы и приступила к обслуживанию клиентов в кафе «Дастархан», применяя свои профессиональные навыки, приобретенные за время учебы на производстве и придерживаясь, вышеизложенные правила.

В общем, после начала эксперимента число посетителей стало 31.

**2.4.Результаты научно-экспериментальной работы**

В ходе проведения нашего эксперимента я добилась повышения качества обслуживания в результате чего, число клиентов увеличилось почти в двое и появились постоянные клиенты. По просьбе посетителей был заведен журнал отзывов, где они благодарили за внимательное отношение и хорошее обслуживание. Кроме того, заведующий кафе указал на то, что объем заказов посетителей значительно увеличился.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

На основе результатов экспериментальной работы доказано: что между доходностью предприятия питания и уровнем профессионального и качественного обслуживания существует прямая связь.

Для решениея данной задачи работадателям сферы питания предлагаем принимать на работу квалифицированных кадров, а именно первых выпускников лицея по специальности «Организация обслуживания гостиничных хозяйств».

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

**ПРИЛОЖЕНИЕ**