

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Кейтеринг

(назва навчальної дисципліни)

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

підготовки бакалаврів
(рівень вищої освіти)

галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва напрямку)

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(шифр і назва спеціальності)

Львів-2019

Кейтеринг: КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ. Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, рівень вищої освіти «бакалавр» (для студентів 4 курсу факультету туризму та ЗО), кафедра готельно-ресторанного бізнесу, Паска М.З., д-р наук, професор, 2019. Catering: LECTURES INSPECT, Paska Mariia, Dr. of Science

III-IV с. (денна і заочна форми навчання)

Розробники: проф. д.вет.н. Паска М.З.

Конспект лекцій затверджені на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Протокол від “02” вересня 2019 року № 1

Завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу

(підпис)

(_Голод А.П.)
(прізвище та ініціали)

©Паска М.З., 2019

© ЛДУФК ім. І. Боберського, 2019 рік

ВСТУП

. Метою викладання навчальної дисципліни «Кейтеринг» є набуття теоретичних знань і практичних навичок із сучасної організації підприємств харчування, зокрема *кейтерингу*, тобто виїзного обслуговування. Кейтеринговий бізнес у світі нині за значимістю дорівнює традиційному ресторанному бізнесу, поступово він стає популярним і в Україні. Основними напрямками розвитку кейтерингу є виїзне обслуговування та стаціонарне обслуговування. Ці два напрямки мають свою логістичну специфіку, а їхня подібність пов'язана з необхідністю наявності виробничої бази.

1.2. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- організацію кейтерингового обслуговування;
- класифікацію кейтерингового обслуговування;
- підготовку до повносервісного кейтерингового обслуговування;
- обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг;
- особливості обслуговування під час презентацій та свят;
- матеріально-технічне забезпечення кейтерингового обслуговування;
- персонал служби кейтерингу;

вміти:

- дати повну характеристику послуг кейтерингу;
- розуміти сутність кейтерингового обслуговування, класифікацію кейтерингових послуг, технологію (техніку) організації кейтерингового обслуговування, особливості організації кейтерингового обслуговування порівняно з класичним обслуговуванням споживачів;
- розуміти у чому полягає різниця між повносервісним кейтеринговим обслуговуванням та кейтеринговим обслуговуванням готовими продуктами;
- зробити перелік послуг, які може надавати ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія);
- охарактеризувати технологію організації повносервісного кейтерингового обслуговування, особливості матеріально-технічного забезпечення кейтерингових послуг;
- скласти меню при кейтеринговому обслуговуванні;
- розуміти послідовність проведення бенкету при кейтеринговому обслуговуванні;
- підібрати посуд, меблі та обладнання, які використовуються при організації кейтерингового обслуговування;
- охарактеризувати вимоги до вибору території для проведення кейтерингового обслуговування.

Тема 1. Організація кейтерингового обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Повносервісне кейтерингове обслуговування

Поняття послуги кейтеринг.

Поняття про підприємства кейтеринг (ресторани за спеціальними замовленнями).

Класифікація кейтерингового обслуговування за контингентом замовників; за місцем проведення заходу; за повнотою наданих послуг.

Кейтерингове обслуговування з'явилося на українському ринку в 90-х роках минулого сторіччя. Однією з перших, хто представив на ринку таку форму обслуговування, була компанія «Гетьман-Фуршет». За словами фахівців «Гетьман-Фуршет», у перші роки клієнтська база практично повністю складалася з іноземців — більшість українців навіть не знали такого слова, як «кейтеринг». Запрошення спеціальної фірми для того, щоб «накрити поляну» на святі або пообідати в офісі, було в новинку і слабо сприймалося народною свідомістю.

Кейтеринг (catering) є виїзним обслуговуванням, тобто постачання блюд за межі власного підприємства, а також усіх супутніх послуг. Виділяють такі основні види кейтерингового обслуговування:

- виїзний кейтеринг, коли надаються послуги з організації банкетів, ювілейних вечорів і фуршетів, прийомів, коктейльна вечірка, кава-брейків, пікніків тощо. «Тематична наповненість» може бути якою завгодно, як святковою (весілля, день народження, ювілей, корпоративна вечірка), так і діловою (семінар, конференція, презентація);

- стаціонарне обслуговування корпоративних клієнтів на «абонентській» основі, тобто щоденне приготування і доставка харчування в офісі і підприємства соціальної сфери (школи, лікарні, дитячі садки, пологові будинки тощо). Якщо обслуговуванням заходів у нашій країні займаються вже дуже багато компаній, то доставка обідів поки тільки розвивається.

Сьогодні кейтерингові послуги надають як окремі компанії, так і ресторани. Різниця в тому, що для самостійних структур — це основний вид бізнесу, а для закладів ресторанного господарства — додатковий заробіток. Якість роботи підприємства визначають грамотний персонал, правильно розроблене меню, наявність необхідного устаткування та інвентарю, уміння створити атмосферу.

Кейтерингове обслуговування класифікується за різними ознаками: за контингентом замовників, за місцем проведення заходу, за повнотою циклу або характером наданих послуг.

За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів:

- корпоративні замовники (обслуговування ділових зустрічей, презентацій, конференцій (з наступним фуршетом), семінарів, корпоративних вечірок);
- громадські організації (обслуговування семінарів, зборів, благодійних банкетів, випускних балів тощо);
- індивідуальні замовники (обслуговування сімейних свят);
- колективи установ, підприємств, навчальних закладів (комплексні обіди, сніданки, вечері).

За місцем проведення заходу кейтерингові обслуговування підрозділяються на:

- ті, що проводяться в приміщенні, — офісі, вдома, будинку культури, на території виставкового центру, бізнес-центру, планетарію, музею тощо;
- ті, що проводяться на лоні природи, — на галявині лісу, в береговій зоні тощо;
- ті, що проводяться на транспорті, — на прогулянкових катерах, теплоходах, авіа- та автомобільному транспорті.

Найчастіше замовник сам призначає місце проведення заходу. Якщо остаточний вибір ще не зроблено, то ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) пропонує йому найрізноманітніші варіанти на вибір.

За повнотою наданих послуг кейтерингове обслуговування поділяється на:

- кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування (вид виїзного обслуговування, при якому ресторан за спеціальними замовленнями бере на себе зобов'язання у виробництві та доставці страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці);
- повносервісне (вид виїзного обслуговування, при якому ресторан за спеціальними замовленнями або кейтерингова компанія повністю бере на себе зобов'язання організації замовлення: розробку сценарію проведення свята, складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце «призначення, обслуговування споживачів на рівні ресторанного сервісу, звершення роботи на місці проведення банкету).

При прийнятті замовлення на повносервісне кейтерингове обслуговування сервіс-менеджер узгоджує із замовником організаційні питання, а саме: час надання послуг, місце проведення заходу і умови (розміщення залу для гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, приміщення для приготування їжі, кондиціонування, аварійних виходів, можливість куріння, екологічні норми).

Для організації виїзного обслуговування різних видів свят кейтерингова компанія має кілька варіантів меню. Але для кожного конкретного замовника створюється окреме меню, виходячи з його побажань і фінансових можливостей. Замовник отримує справжню ресторанну продукцію (закуси, салати, гарячі страви, десерти) з відповідним сервісом. Утім, іноді замовнику рекомендують відмовитися від деяких страв, оскільки в організації кейтерингового обслуговування є деякі особливості: час між приготуванням та реалізацією готової продукції значно довший, ніж при класичному

обслуговуванні в ресторанах, за рахунок її транспортування. Тому при розробці меню є деякі обмеження, наприклад, фахівці не радять включати до меню смажену грудинку качки, курку, рибу тощо, тому що подібні страви потрібно відразу ж подавати до столу і не можна зберігати в термосі, що позначається на їх смакових якостях. Якщо замовник висловлює бажання включити ці страви до меню, то на місце організації банкету привозять відповідне кухонне устаткування і запрошують кваліфікованих кухарів.

Заклад ресторанного господарства здійснює виробничий процес у власних спеціально обладнаних кухнях. Більшість страв готується, порціонується та оформляється на кухні, а страви нескладного приготування порціонують та оформлюють на місці проведення заходу у доготівельних приміщеннях безпосередньо перед поданням.

Виробничий підрозділ ресторану за спеціальними замовленнями (кейтерингової компанії) може працювати як на сировині, так і на напівфабрикатах різного ступеня готовності.

З виробництва на місце проведення заходу готові страви відпускаються за денними забірними листами. Готові холодні закуски та страви укладаються на блюда, запаковуються за допомогою харчової плівки, що сприяє збереженню зовнішнього вигляду та свіжості продукції. На кожен тарілку (блюдо) прикріплюється записка із зазначенням кількості виробів в упаковці.

Головною умовою, якої повинен дотримуватись виробничий підрозділ, є забезпечення відповідної температури подавання страв та напоїв, строків їх реалізації та якості готової продукції. Для цього необхідно мати: засоби накопичення та транспортування страв, відповідний посуд, який не б'ється, тару, яка зберігає тривалий час температуру та зручна в експлуатації. Доставка готових гарячих страв може здійснюватися в термоконтейнерах, мармітах, спеціальних термосах, термоапаратах, що здатні підтримувати температуру продуктів протягом 2-3 годин. Крім того, на місці можна використати пересувні марміти для розігріву, а у деяких випадках може бути організована пересувна кухня, оснащена плитами, жаровими шафами, фритюрницями, електрогрилями тощо.

При визначенні місця проведення заходу обов'язково обумовлюється можливість обладнання доготівельного приміщення, наявність водопроводу та електромережі.

Готову продукцію необхідно доставляти на місце проведення заходу за 1-2 години до початку банкету. Готова продукція повинна доставлятися вчасно та без деформувань декорування страв. Необхідно дотримання вимог до строків зберігання сировини та готової продукції. Кейтеринговій компанії треба ретельніше підходити до вибору постачальників, які можуть гарантувати високу якість сировини, напівфабрикатів. Важливе значення має оформлення страв. Для цього ресторани за спеціальними замовленнями розробляють власні картки-схеми оформлення салатів та інших страв, на яких умовними позначками зазначено склад сировини та спосіб їх розташування в салатнику або на блюді. Таким чином можна скоротити час на приготування та оформлення страв, при цьому підвищується якість готової продукції.

При доставці на місце продукція розпаковується у спеціально відведеному приміщенні. Кухарі розкладають вироби на тарілки та блюда, дорізають деякі продукти, прикрашають та оздоблюють страви. Деякі страви, такі, як шашлик, барбекю, юшка тощо готуються безпосередньо на місці проведення заходу. Готова продукція подається на столи, попередньо розміщені на території проведення заходу, сервіровані та оформлені.

Враховуючи специфічні особливості виробництва, транспортування та реалізації продукції харчування під час виїзного обслуговування, великого значення набуває контроль за якістю виготовленої продукції. Дотримання санітарно-гігієнічних умов на робочих місцях також є запорукою забезпечення якості страв. Працівникам необхідно дотримуватися особистої санітарії та гігієни, керівництво повинно забезпечити їх відповідним виробничим спецодягом. Перед кожним заходом проводиться інструктаж персоналу з техніки безпеки, враховуючи особливості території, на якій організовується банкет.

За характеристикою кейтерингові послуги поділяються на основні та додаткові.

До основних кейтерингових послуг належать: приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів в обслуговуванні.

До додаткових: організація культурного дозвілля та дизайнерська робота при оформленні приміщень, де буде проводитись замовлений банкет, прибирання приміщення після банкету тощо. Ресторан за спеціальними замовленнями виконує роль посередника або повністю бере на себе забезпечення основних і додаткових послуг. У першому випадку організатор кейтерингового обслуговування дає зацікавленим замовникам координати декількох музичних гуртів, ведучих вечорів, клоунів, дизайнерів, флористів, фірм, що займаються прокатом теплоходів, весільних аксесуарів тощо. У другому випадку вони особисто можуть домовлятися про умови надання додаткових послуг і їх оплату, позбавивши замовника від зайвих турбот.

Кейтерингове обслуговування проходить поза межами підприємств ресторанного господарства, іноді в місцях, де організувати процес приймання їжі складно. Після прийняття замовлення та погодження місця та часу проведення заходу, менеджер завчасно виїжджає на зазначене місце. На місці він повинен улагодити такі питання:

- чітко визначити кордони території, будівлі, що відводитимуться під організацію свята;

- визначити місця розташування фуршетних столів, розробити план-схему їх розміщення;

- улагодити питання водозабезпечення, електропостачання, кондиціонування тощо;

- улагодити питання аварійних виходів, пожежної та екологічної безпеки;

- вирішити питання розташування на місці проведення заходу приміщень для персоналу, доготівельних приміщень тощо.

Проведення заходу на відкритому повітрі передбачає зведення над столами шатрів, встановлення тентів з метою захисту гостей та продуктів від

сонячних променів та можливих опадів. Підсобні приміщення необхідно розташовувати так, щоб можна було забезпечити зручний їх зв'язок із майданчиком для обслуговування гостей.

Обслуговування заходу починається з написання плану підготовчих робіт та самого свята із зазначенням часу виконання операції. Якщо передбачається масовий та важкий з точки зору оформлення захід, підготовка починається ввечері попереднього дня. Кожний захід потребує розробки аналогічного плану, що дозволяє точно скоординувати роботу офіціантів і барменів.

Кожне свято передбачає певні особливості накривання та сервірування столів. Тому для зручності роботи обслуговуючого персоналу менеджер складає план-схеми сервірування банкетних столів. На схемі вказується розміщення столового посуду, страв, декорацій тощо. Так, при підготовці банкету-фуршету окремо накриваються столи під страви та під напої, що дозволяє офіціантам постійно контролювати кількість страв, барменам — кількість напоїв, своєчасно їх поповнювати.

Обслуговування споживачів починається після того, як підготовка до проведення свята закінчена, столи оформлені і сервіровані, обслуговуючий персонал одягнутий у форму.

Важливу роль на початку проведення свята відіграє правильна організація зустрічі гостей та їх розміщення за столом.

Кількість офіціантів, що беруть участь в обслуговуванні, розраховується у співвідношенні: один офіціант на 10-15 гостей на банкеті-фуршеті та 6-7 гостей на банкеті за столом. Перед початком заходу менеджер призначає бригадирів офіціантів з розрахунку 1 бригадир на 5-10 чоловік. Бригадирам пояснюються всі особливості обслуговування, час початку заходу та подавання страв тощо, це вони потім доводять до членів своєї бригади. Бригади офіціантів розподіляються за секторами залу (майданчику), за обслуговування яких вони надалі відповідають. При обслуговуванні офіціанти працюють за загальною схемою: подають страви, стежать за чистотою столів, прибирають використаний посуд. Паралельно в дотівельному приміщенні працюють кухарі, які дооформлюють страви, відпускають їх офіціантам.

На банкеті менеджер повинен чітко координувати роботу обслуговуючого персоналу, вирішувати поточні питання і проблеми, що виникають під час проведення заходу. До обов'язків офіціантів входить подавання страв за розкладом, прибирання зі столу і задоволення прохань замовників. Кожний офіціант є відповідальним за окремий стіл (столи), але у разі необхідності може допомагати іншим.

Після закінчення банкету обслуговуючий персонал прибирає використаний посуд, роздрапіровує столи, збирає меблі, пакує все в коробки та транспортує на склад, проводить часткове прибирання приміщення або майданчика. Ці операції виконують офіціанти та інший обслуговуючий персонал.

Тема 2 Види кейтерингу.

На сьогоднішній день послуги з кейтерингу в Україні швидко розвиваються та удосконалюють свої прийоми роботи із замовниками, розширюючи перелік послуг. Кейтеринг являє собою високоприбутковий та перспективний вид діяльності для готелів та ресторанів, які планують організувати послуги постійно, а не періодично з метою долучити додатковий дохід для закладу.

Індустрія кейтерингу за кордоном дуже розвинута. Технології такого сервісу відпрацьовуються уже на протязі 130 років. Ресторани виїзного обслуговування з'явилися ще в кінці XVIII ст. - спочатку при королівських дворах Європи, пізніше такою послугою стали користуватися й інші заможні господи. Без сумніву, що за ці роки там склалися традиції, культура, накопичений немалий досвід, що дозволяє вести продумані і результативні маркетингові планування.

В зарубіжних країнах кейтеринг уже давно став самостійним видом бізнесу, точніше для компаній, які ним займаються, це єдина стаття доходів [1]. В штабі, зазвичай, тримають шеф-повара і менеджера з продажу послуг фірми.

Зрозуміло, що Україна запозичила послуги кейтерингу за кордоном, оскільки ця індустрія там дуже розвинута та відпрацьована. Використовуючи даний вид обслуговування, будь-який ресторан чи готель матиме змогу здобути немалий досвід, що дозволить у майбутньому вести результативні та продумані маркетингові планування. З часом це перетвориться у самостійний вид бізнесу, у штабі якого буде передбачено шеф - повара та менеджера з продажу послуг фірми.

Незалежно від цього, яким буде коло запрошених людей: чи це колеги у бізнесі чи найближчі люди, послуга кейтерингу надає клієнтам чудове і реальне свято, дозволяє забути про всіх їхні негаразди і турботи. Перше, і найголовніше в кейтерингу - це шикарно оформлений банкетний стіл, що супроводжується якісним сервісом. Є така закономірність: якщо ресторан вирішив надавати послуги кейтерингу, він буде постійно удосконалювати всі робочі моменти: оновлювати і доповнювати меню, і навіть вносити поправки в обслуговування гостей.

Кейтеринг у приміщенні ресторану за спеціальним обслуговуванням. Кейтеринг за межами приміщення ресторану за спеціальним обслуговуванням. Соціальний кейтеринг. Роз'їздний кейтеринг.

На сьогодні розрізняють такі основні види кейтерингу:

- виготовлення страв у ресторані;
- поза підприємством (виїзне ресторанне обслуговування);
- контракт на поставку (доставка у офіси, на підприємства та ін.).

Перший вид кейтерінгу - один із найбільш популярних видів і багато в чому схожий на традиційне ресторанне обслуговування (банкет). Крім організації стола клієнт отримує в розпорядження приміщення, спорядження у відповідності з потребами і тематикою заходу. Таке приміщення називається банкетним залом. Найголовнішою його перевагою є те, що все необхідне спорядження розміщено в будівлі, де проходить банкет. Можливість використання інвентарю дозволяє зекономити час для підготовки заходу, пов'язане з доставкою, установкою і настройкою необхідного обладнання.

Досить популярний так званий контракт на поставку, або корпоративний кейтерінг. Деякі компанії, піклуючись про харчування своїх працівників, звертаються за послугами в ресторанный комплекс. Існує декілька напрямів цього обслуговування: приготування обідів в офісі клієнта, доставка напівфабрикатів з подальшим доведенням страв до готовності і роздачею, доставка готових обідів в одноразовій посуді. З цього приводу контракти на поставку стають виключно вигідним вкладанням грошей. Ресторанный кейтерінг, без сумніву, яркіший, красивіший і швидший. Справедливо говорити, що це - «короткі гроші». Але організація корпоративного харчування - це робота на перспективу. Це довгостроковий проект, монотонна клопітка робота. В ній постійно приходиться вирішувати проблему пошуку персоналу. Причин тут декілька, але головними є дві: тут важко забезпечити довгостроковий кар'єрний ріст і ставка в ресторанному сегменті вища. Але по ємкості ринок корпоративного харчування більший від ресторанного.

Кейтерінг поза межами приміщення. Найбільш популярний. Наприклад, при організації весілля на лоні природи. За бажанням замовника, можна натягнути шатер (на випадок дощу), зробити спеціальне покриття для весільних танців.

Соціальний кейтерінг. Надання послуг рестораном на території замовника з використанням його обладнання. Замовник і ресторан, який надає послугу соціального кейтерінгу, узгоджується дата, меню, сервірування та спосіб обслуговування. Послугами соціального кейтерінгу користуються при організації сімейних урочистостей з невеликим кількістю запрошених (від 10 до 50 осіб). Для обслуговування сімейного свята потрібно 4-5 осіб (один досвідчений кухар і один-два помічники, один офіціант і один бармен). Таким чином, перевага соціального кейтерінгу - невеликі накладні витрати і відсутність витрат на обладнання. Підприємство громадського харчування може надати замовнику згідно договором лише окремі предмети для сервірування столу і аксесуари для додання елегантності столу.

VIP-кейтерінг. Виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів. Готують страви у приміщенні замовника під його наглядом

Правильна організація кейтерингу включає в себе не тільки мистецтво приготування різноманітних страв, але і барвисте оформлення столу, вміння ефектно подати страви і врахувати усі нюанси при проведенні будь-яких урочистих і ділових заходів.

Тема 3. *Види кейтерингових послуг при виїзному ресторанному обслуговуванні.* Характеристика виїзного ресторанного обслуговування фуршет, "шведський стіл", кава-брейк, коктейль, пікнік або барбекю, банкет, доставка обідів. *с/р*

При виїзному ресторанному обслуговуванні розрізняють декілька видів.

Фуршет (у переведенні з французького - "вилка") якнайкраще підходить для неформального спілкування. Його зазвичай організують у випадках, коли в порівняно обмежений час (від 30 хвилин до 1,5 години) необхідно прийняти велику кількість гостей. Фуршет підходить для ділових, але не занадто офіційних зустрічей. Гості, як правило, їдять стоячи, і їм надається вільний вибір місця в залі, блюд і напоїв. Декілька невеликих столів оформляються як міні-бари, де виставляються міцні і прохолодні напої, відповідні келихи. Столи для фуршета встановлюють в залі так, щоб відстань між ними і до стін була достатньою для вільного пересування запрошених. Меню фуршета складається в основному з великого числа холодних закусок. Готуються вони невеликими порціями, щоб було зручно їх вживати стоячи, за допомогою однієї вилки. Частенько в меню фуршета включаються і гарячі закуски.

Шведський стіл, або smorgasbord ("стіл бутерброда"), є варіант фуршета з розподілом "лінії самообслуговування" і ресторанного залу. На спеціальних столах, розміщених, як правило, уздовж стіни, виставляються холодні і гарячі закуски, гарячі блюда, десерти і фрукти. На кожному столі приготовлені закусочні тарілки і столові прилади. Наповнивши тарілку людина сідає за окремий столик і вже може не відриватися від цікавої розмови або видовища : офіціанти наповняють келихи або принесуть чергове блюдо.

Кава-брейк зазвичай проводиться в перервах між нарадами і засіданнями в першій половині дня або з ранку, перед початком офіційного заходу. На каву-брейк подають десерти, випічку, канапе, безалкогольні напої і, звичайно, чай і каву. Це свого роду міні-фуршет, на який компанія-замовник виділяє не більше півгодини. Складність організації цього виду кейтерингу, на думку представників ресторанного бізнесу, полягає в тому, що його "швидкість" припускає обмежений асортимент блюд, який, проте, повинен задовольнити запити усіх присутніх.

Коктейль за часом розрахований приблизно на годину, якщо це антракт в ході заходу, і на дві години "під завісу". Коктейль припускає обов'язкове обслуговування гостей офіціантами, які обходять запрошених з напоями і закусками на розносах. Меню коктейлю складається з легких закусок і десертів.

З напоїв пропонуються легкий алкоголь, соки, мінеральна вода, чай, кава. Подібну форму кейтерингу можна використовувати як супровід культурної події, презентації або відкриття виставки.

Пікнік, або барбекю, зазвичай проводиться в теплу пору року, на свіжому повітрі. Класичні страви - м'ясо або риба, приготовані на вугіллі, юшка або окрошка, холодні закуски. Час пікніка, як правило, не обмежений однією годиною, і подібна форма кейтерингу підходить для різноманітних корпоративних акцій, неформального спілкування з партнерами по бізнесу. Правда, організатори пікніка мають бути готові до капризів погоди: необхідно передбачити зручні посадочні місця для гостей, тенти і шатри на випадок дощу і спеціальне холодильне устаткування для того, щоб блюда в жару не втратили первинний вигляд і смак.

Банкет передбачає обов'язкове розміщення гостей за столами, виключаючи самообслуговування, і вважається самою традиційною і консервативною формою проведення урочистих заходів. За правилами класичного банкету холодні закуски і прохолодні напої розставляються заздалегідь. Гарячі блюда подаються послідовно за вибором гостей. По суті, меню банкету є обідом: від закусок - до першого блюда або, минувши його, до гарячого другого, і наприкінці - до десерту. При цьому, як відмічають експерти, дуже важливо, щоб кількість запрошених відповідала площі, на якій вони будуть розміщуватись за столом, - не менше 1,5 кв. м на людину.

Тема 4. *Підготовка до повно сервісного кейтерингового обслуговування.* Укладання договору між замовником та кейтеринговою компанією. Складання рахунку-замовлення. Особливості підбору страв для повно сервісного кейтерингового обслуговування. Організація обслуговування гостей на заходах. Особливості згортання повно сервісного кейтерингового обслуговування.

Кейтерингове обслуговування проходить поза межами підприємств ресторанного господарства, іноді в місцях, де організувати процес споживання їжі складно. Після прийняття замовлення і погодження місця та часу проведення заходу менеджер завчасно виїжджає на зазначене місце. Там він повинен вирішити наступні *питання*:

- чітко визначити межі території, будівлі, відведені під організацію свята.
- визначити місця розміщення фуршетних (бенкетних) столів, розробити план-схему.
- улагодити питання водозабезпечення, електропостачання, кондиціонування тощо.
- улагодити питання аварійних виходів, пожежної та екологічної безпеки.

- вирішити питання розташування на місці проведення заходу приміщень для персоналу, доготівельних приміщень тощо.

Проведення заходу на відкритому повітрі передбачає зведення над столами шатрів, встановлення тентів для захисту гостей та продуктів від сонячних променів і можливих опадів. Приклад план-схеми розташування тентів, допоміжних приміщень, меблів, декорацій та руху обслуговуючого персоналу під час виїзного обслуговування з приводу презентації продукції фірми-замовника наведено на рис. 2.1.

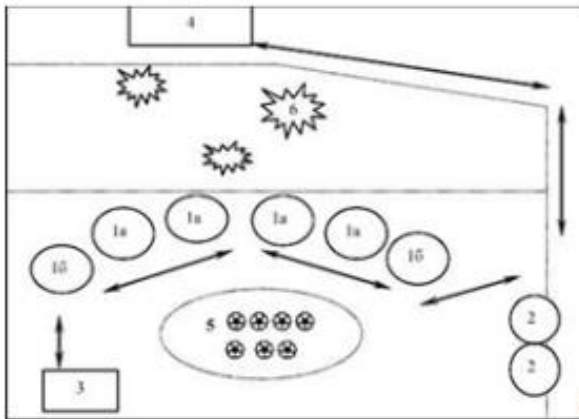


Рис. 2.1 - План-схема розташування тентів та столів при проведенні фуршету з приводу презентації продукції фірми-замовника

- а - тенти з фуршетними столами під ними;
- б - тенти зі столами-барами з напоями;
- виставкові шатри з продукцією фірми-замовника;
- майданчик для підготовки посуду, переодягання персоналу;
- доготівельне приміщення;
- квітник;
- дерева

Підсобні приміщення необхідно розташовувати так, щоб можна було забезпечити зручний їх зв'язок із залом (майданчиком) для обслуговування гостей.

Обслуговування заходу починається з написання сценарію підготовчих робіт та самого свята із зазначенням часу виконання операції. Якщо передбачається масовий та важкий з точки зору оформлення захід, підготовка починається ввечері попереднього дня. Кожний захід потребує розробки

аналогічного плану, що дозволяє точно скоординувати роботу офіціантів і барменів.

Кожне свято передбачає певні особливості накривання та прикрашання столів. Тому для зручності роботи обслуговуючого персоналу менеджер (управляючий) складає план-схему сервірування бенкетних столів, на якій вказується розміщення столового посуду, страв, декорацій тощо. Як правило, при підготовці бенкету-фуршету окремо накриваються столи під страви та напої, що дозволяє офіціантам постійно контролювати кількість страв, барменам - напоїв, своєчасно їх поповнювати.

Обслуговування споживачів починається після того, як підготовка до проведення свята закінчена, столи оформлені і сервіровані, обслуговуючий персонал одягнув форму.

Важливу роль на початку проведення свята відіграє правильна організація зустрічі гостей та їх розміщення за столом.

Кількість офіціантів, які беруть участь в обслуговуванні, розраховується в такому співвідношенні: один офіціант на 10-15 гостей на бенкеті-фуршеті та 6-7 гостей на бенкеті за столом. Перед початком заходу менеджер (управляючий) призначає бригадирів офіціантів - один бригадир на 5-10 чоловік. Бригадирам пояснюються всі особливості обслуговування, час початку заходу та подавання страв тощо, які вони потім доводять до членів своєї бригади. Бригади офіціантів розподіляються по ділянках (секторах) залу, за обслуговування яких вони надалі відповідають. При обслуговуванні офіціанти працюють за загальною схемою: подають страви та напої, слідкують за чистотою столів, прибирають використаний посуд. Паралельно в доготівельному приміщенні працюють кухарі, які дооформляють страви та відпускають їх офіціантам, і бармени, які готують алкогольні та безалкогольні напої до подавання.

Завданням менеджерів на бенкетах є координація роботи обслуговуючого персоналу, вирішення поточних питань і проблем, що виникають під час проведення заходу. До обов'язків офіціантів входить подавання страв за розкладом, прибирання столу і задоволення прохань замовників. Кожний офіціант є відповідальним за окремий стіл (столи), але у разі необхідності може допомагати іншим.

Після закінчення бенкету обслуговуючий персонал прибирає використаний посуд, роздрапіровує столи, збирає меблі, пакує все в коробки та транспортує на склад, проводить часткове прибирання приміщення. Ці операції виконують офіціанти та інший обслуговуючий персонал.

Під час проведення будь-якого заходу може виникати ряд непередбачуваних ситуацій, але це не повинно привертати увагу гостей.

Заклад, що спеціалізується на проведенні кейтерингового обслуговування, може взяти на себе обов'язки з вивезення сміття, організувати прибирання приміщення.

Кейтерингове обслуговування готовою продукцією харчування. Роз'їзний кейтеринг

Тема 5. *Поняття кейтерингового обслуговування готовою продукцією харчування.* Основні зобов'язання кейтерингової компанії перед замовником при кейтеринговому обслуговуванні готовою продукцією харчування. Характеристика роз'їзного кейтерингу. Підписання договору між кейтеринговою компанією і керівником колективного підприємства.

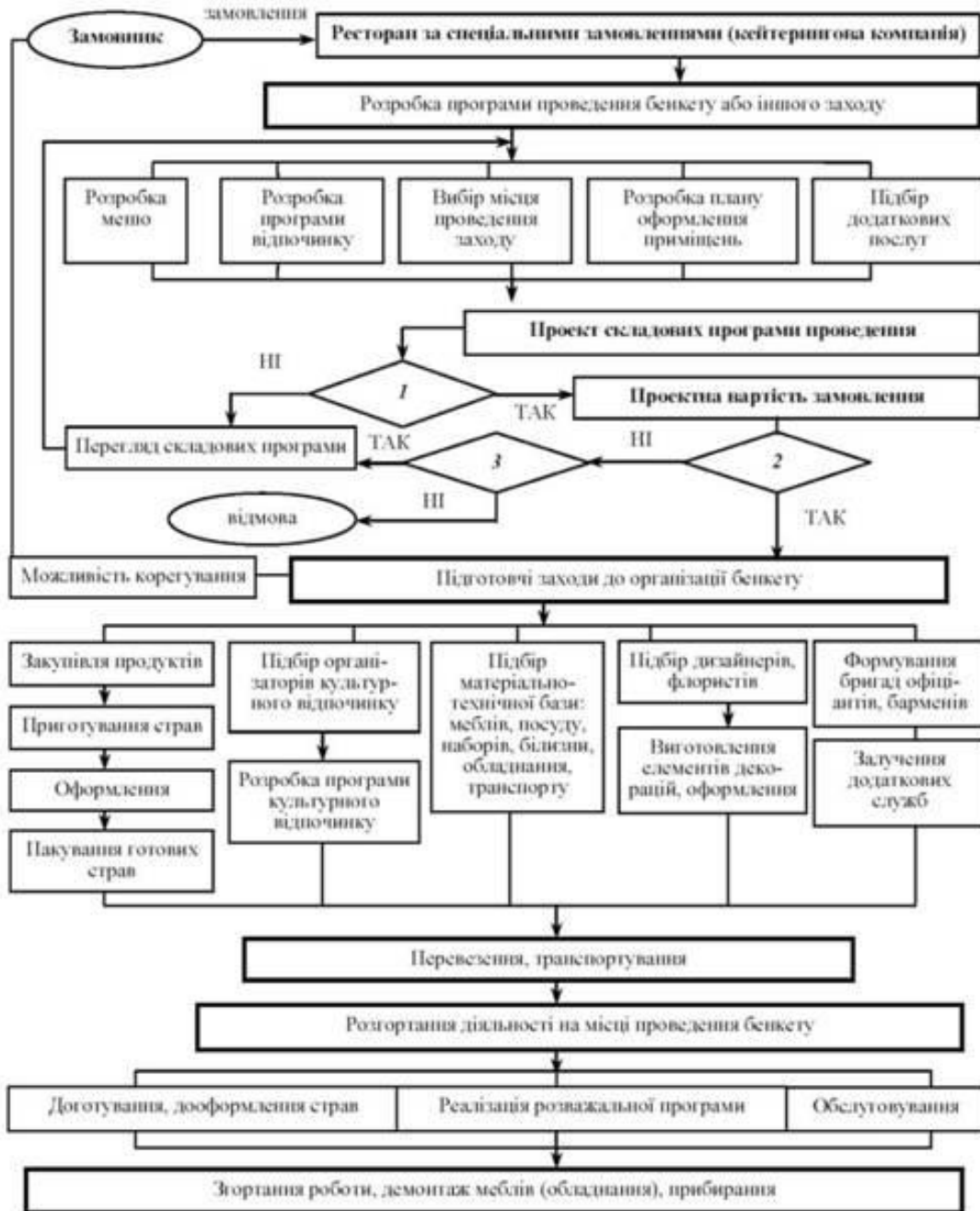


Рис.1 Схема організації та проведення повносервісного кейтерингового обслуговування

При прийнятті замовлення сервіс-менеджер погоджує із замовником час надання послуг, місце проведення заходу та умови, а саме - розміщення залу для гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, приміщення для приготування страв, кондиціонування, аварійних виходів, можливість паління тютюну, екологічні норми. Крім того, він може сам побувати на місці та оцінити ситуацію, що дозволить йому прийняти раціональне рішення. На основі отриманих даних розробляється план розміщення меблів та устаткування, оформлення приміщень, сценарний план заходу тощо. Вміла організація цього процесу дає можливість швидко вирішувати поточні питання й уникати проблемних ситуацій.

Для організації виїзного обслуговування різних видів свят ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) має кілька варіантів меню. Проте для кожного конкретного замовника створюється окреме меню, виходячи з його побажань та фінансових можливостей. Обмежень практично не існує, тому що вищеназвані заклади мають кваліфікований виробничий персонал. Замовник отримує справжню ресторанну продукцію (закуси, салати, гарячі страви, десерти) з відповідним сервісом. Проте іноді замовнику рекомендують відмовитися від деяких страв, оскільки в організації кейтерингового обслуговування є деякі особливості: час між приготуванням та реалізацією готової продукції значно довший, ніж при класичному обслуговуванні в ресторанах, за рахунок її транспортування. Тому при розробці меню є деякі обмеження. Наприклад, фахівці не радять включати до меню смажену грудинку качки, курку, рибу та ін., тому що подібні страви потрібно відразу ж подавати до столу, а не зберігати в термосі, що позначається на їх смакових якостях. Якщо замовник висловлює бажання включити ці страви до меню, то на місце організації бенкету привезуть відповідне кухонне устаткування і запросять кваліфікованих кухарів.

Згідно з розробленим меню закупаються продукти. На стадії закупівлі можливі дві схеми роботи із замовником. У першому випадку він сам купує продукти і спиртні напої (це забезпечує можливість заощадити до 30 % витрат), у другому цим займається заклад ресторанного господарства. Ресторани за спеціальними замовленнями (кейтерингові компанії) мають налагоджені зв'язки з постачальниками, які можуть запропонувати істотні знижки. При цьому кейтерингова компанія продає замовнику продукти за цінами нижчими, ніж ресторанні. Найчастіше торгова надбавка складає не більше 5 %. Якщо замовник все-таки обрав першу схему, то ресторани можуть рекомендувати йому своїх постачальників алкогольної продукції, які реалізують її на пільгових умовах.

Заклад ресторанного господарства здійснює виробничий процес у власних спеціально обладнаних кухнях. Більшість страв готується, порціонується та оформляється на кухні, а страви нескладного приготування порціонують та оформляють на місці проведення заходу у доготівельних приміщеннях безпосередньо перед подаванням. Найчастіше у центральних кухнях закладу здійснюється приготування більш складних страв (гарячих). Якщо місце виїзного обслуговування знаходиться на значній відстані від ресторану за спеціальними замовленнями, то до приготування страв і напоїв може бути залучений ресторан, який знаходиться неподалік. Приготуванням страв може займатися інший заклад також у випадку, коли кейтеринговій компанії замовляється лише обслуговування заходу, а приготування страв не входить в її обов'язки. В таких випадках взаємодія між вищеназваними закладами здійснюється на договірних засадах.

Виробничий підрозділ ресторану за спеціальними замовленнями (кейтеринго-вої компанії) може працювати як на сировині, так і напівфабрикатах різного ступеня готовності. Тут першочергове значення має налагодження господарських зв'язків з різноманітними кондитерськими та заготівельними підприємствами.

З виробництва на місце проведення заходу готові страви відпускаються за денними забірними листами. Готові холодні закуски та страви викладаються на блюда, запаковуються за допомогою харчової плівки, що сприяє збереженню зовнішнього вигляду та свіжості продукції. На кожен тарілку (блюдо) прикріплюється записка із зазначенням кількості виробів в упаковці.

Головною умовою, якої повинен дотримуватися виробничий підрозділ, є забезпечення відповідної температури подавання страв та напоїв, строків їх реалізації та якості готової продукції. Для цього необхідно мати: засоби накопичення та транспортування страв, відповідний посуд, який не б'ється, тару, яка тривалий час зберігає температуру та зручна в експлуатації. Доставка готових гарячих страв може здійснюватися в термоконтейнерах, мармітах, спеціальних термосах, термоапаратах, які здатні підтримувати температуру продуктів протягом 2-3 годин. Крім того, на місці можна використати пересувні марміти для розігрівання, а в деяких випадках може бути організована пересувна кухня, оснащена плитами, жаровими шафами, фритюрницями, електрогрилями, столами, сміттєзбірниками тощо (рис. 2.28).

При визначенні місця проведення заходу обов'язково оговорюється можливість обладнання доготівельного приміщення, наявність водопроводу та електромережі.

Готову продукцію необхідно доставляти на місце проведення заходу за 1-2 години до початку бенкету. По-перше, вона має доставлятися вчасно та без деформувань декорування страв. По-друге, вагомості набуває дотримання вимог до строків зберігання сировини та готової продукції. По-третє, рекомендується ретельніше підходити до вибору постачальників, які можуть гарантувати високу якість сировини та напівфабрикатів. По-четверте, важливе значення має оформлення страв. Для цього ресторани за спеціальними замовленнями розробляють власні картки-схеми оформлення салатів та інших страв, на яких умовними позначками зазначено склад сировини та спосіб їх розміщення в салатнику чи на блюді. Таким чином скорочується час на приготування та оформлення страв, підвищується якість готової продукції.

При доставці на місце продукція розпаковується у спеціально відведеному приміщенні. Кухарі розкладають вироби на тарілки та блюда, дорізають деякі продукти, прикрашають та оздоблюють страви. Деякі страви, такі як шашлик, барбекю, юшка тощо, готуються безпосередньо на місці. Готова продукція подається на столи, попередньо розміщені на території проведення заходу, сервіровані та оформлені.

Враховуючи специфічні особливості виробництва, транспортування та реалізації продукції харчування під час виїзного обслуговування, великого значення набуває контроль за якістю виготовленої продукції. Дотримання санітарно-гігієнічних умов на робочих місцях також є запорукою забезпечення якості страв.

Важливе значення має дотримання особистої санітарії та гігієни виробничим, допоміжним та обслуговуючим персоналом, забезпечення їх спецодягом. Крім того, перед кожним заходом проводиться інструктаж з техніки безпеки, враховуючи особливості території, на якій організовується бенкет.

Тема 6. *Характеристика термоустаткування для доставки обідів, напівфабрикатів при роз'їзному кейтерингу.* Особливості доставки обідів, напівфабрикатів у офіси, майданчики концертні, будівельні. Процес повернення термоустаткування до кейтерингової компанії.

Упаковка для fast-food

Чисельні фірми харчового спрямування продовжують розширювати асортимент продукції, підсилюючи провідні напрями розвитку, основними з яких є підвищення «зручності», тобто забезпечення швидкої підготовки до споживання, підсилення функціональної (лікувальної і оздоровчої) дії, забезпечення екологічної чистоти продукції і повної безпечності для споживача. Значна увага приділяється надійності упаковки, її легкої утилізації після споживання продукції та зручності використання. Так, значно розширила асортимент «швидких» продуктів, у тому числі на основі ягідних композицій, відома фірма Octan Spray.

Фірма Belfield Farms пропонує ряд нових овочевих сумішей швидкого приготування, а фірма Dairy Business Group – цілу серію молочних напоїв. RPC Corby випускає широкий асортимент готових сніданків у надійній і зручній напівжорсткій упаковці, в якій здійснюється швидке підігрівання продукту перед споживанням за допомогою мікрохвиль. Значну увагу фірми приділяють також випуску продуктів швидкого приготування (сніданків, соків, десертів) у різних варіантах зручної упаковки фірми ТетраПак, у тому числі й під час асептичного консервування.

Ресторани швидкого обслуговування умовно можна поділити на три групи:

- класичний fast-food ,
- сандвіч-бари і піцерії,
- бістро.

Класичний fast-food характеризується наявністю окремого комплексу з

виробництва напівфабрикатів, які після заморожування розвозять по мережі ресторанів і на місці доводять до готового стану згідно із замовленням. В Україні розрізняють три типи класичних мереж: McDonald's, Ростикс, «Швидко».

Перша є дочірнім підприємством світового гіганту, друга працює за франчайзинговою схемою російського концерну «РосІнтер», «Швидко» – створили оригінальний український ринок fast-food. Такі мережі ресторанів швидкого обслуговування є основними споживачами одноразової упаковки та посуду.

Сандвіч-бари і піцерії відрізняються від класичної мережі ширшим асортиментом, тривалішим часом обслуговування, дорожчим меню. Посуд використовується багаторазовий. Бістро нагадує експрес-кафе або їдальні самообслуговування. Основна відмінність технологічного циклу приготування їжі в цій мережі в тому, що більшість страв готується на кухні самого закладу. Із упаковки ці підприємства в основному використовують пакети дрібного фасування для спецій і приправ, а також бокси для продажу їжі навинос.

Кожний заклад усе частіше застосовує упаковку з корпоративною атрибутикою (стаканчики з логотипом, новий дизайн для картонних коробок або соусників). Переважно використовують стакани із спіненого полістиролу, який підтримує температуру, на нього можна наносити відповідний друк, а також паперові стакани, які вважаються екологічно чистими, і підтримують відповідну температуру.

Для салатів застосовують не лише готові коробочки, але й розробляють індивідуальні для відповідного закладу. Наприклад, McDonald's використовує упаковку фірми «Інлайн-Україна» ПРПК-750 з коричневим дном і прозорим верхом.

Український виробник упаковки зорієнтувався на одноразові стакани, ложки, кришки на стакани, трубочки, пакети паперові, що мають вставки із поліпропілену. Важливою тенденцією є брендування, нанесення логотипів компаній на упаковки.

Наприклад, компанія «Хухтамакі» виробляє не лише якісну упаковку та одноразовий посуд, але й підтримує клієнтів у створенні і розвитку сучасних брендів, пропонує їм комплексні рішення та програми для розвитку.

Ресторани швидкого харчування використовують різні види пакувальних матеріалів і тари. Папір для пакування жиромісних продуктів Малинської паперової фабрики під назвою «Глассин» характеризується високою гладкістю і білизною, завдяки чому забезпечує привабливий вигляд пакетів для фасування кондитерських і хлібобулочних виробів, а також їжі в ресторанах швидкого харчування. Він може випускатись прозорим і непрозорим, характеризується жиро-, волого-, і термостійкістю, тому його можна вважати перспективним пакувальним матеріалом. Також використовуються пакети фірми «Конві», полістирольні бокси «Росан Пака», ланчбоксы 3012 і 1103 та ємність для спецій 4306, секційні вироби 4422 і 4423, поліпропіленові універсальні контейнери 25-ї, 26-ї і 45-ї серій.

Новим напрямом на ринку послуг швидкого харчування стала доставка

обідів в офіси. Він вимагає певних пакувальних рішень для доставки гарячої та холодної їжі на великі відстані із збереженням усіх її органолептичних властивостей.

Тому піцу доставляють у картонних коробках різного формату, більш складну їжу – у термобоксах, які зберігають її гарячою чи холодною і містять до 40 порцій. Блістерну упаковку використовують для того, щоб клієнт зміг забрати з собою частину їжі, і ця послуга розповсюджена в Європі.

Рідка гаряча їжа (бульйон, борщ, суп) у класичних fast-food, а також сандвіч-барах пропонується рідко. Для гарячої їжі використовують полістирольні стаканчики, а для багатьох продуктів (майонез, гірчиця, кетчуп, згущене молоко, мед, гарячий бульйон) – туби. У fast-food цукор подається в одноразових пакетиках – стиках до чаю і кави, сіль і перець фасують у стикпак, або чотиришовні пакети з фірмовими логотипами. McDonald's пропонують соуси у мініатюрних контейнерах.

Для упакування жиромісних і рідких продуктів використовують багатошарові матеріали з привабливим оформленням. Розроблено нове обладнання для фасування сипких продуктів у пакети типу Tetra Stick, які формуються зі співекструзійних або ламінованих плівок, які мають односторонню зварюваність.

Помітно розширюється асортимент упаковки із паперу і картону, які вважаються більш екологічними і гігієнічними порівняно з упаковкою із полімерних матеріалів. Папір більше підходить для контакту з харчовими продуктами, особливо в гарячому стані. Крім того, паперова упаковка має привабливий вигляд, на неї можна нанести логотип, який підвищує імідж торгової марки. У виробництві такої упаковки доступні широкі варіації при виборі параметрів матеріалу: біла і коричнева, напівпрозора, глянцева і матова, щільна і тонка, яка характеризується жиромісними і термостійкістю, що особливо важливо під час використання мікрохвильових печей. Дихальна» упаковка для свіжих овочів і фруктів Споживання овочів і фруктів в упакованому вигляді з довготривалим збереженням свіжості зростає у всьому світі. Особливо високими темпами за останні роки – спочатку у США, а потім у Європі – збільшувалась реалізація упакованих нарізаних овочів і фруктів. Ринок цих продуктів поділяється на три великих сектори: гуртова торгівля, ресторанне господарство (ресторани, готелі тощо), роздрібна торгівля. Темпи росту у згаданих секторах цього ринку в Європі за останні роки досягли 200% на рік і споживання виросло до рівня декількох кілограмів на одну людину на рік.

Різні фрукти і овочі (індивідуальні, у суміші, у наборі) потребують упаковки, яка б запобігала їх зовнішньому забрудненню, як механічному, так і мікробному або грибковому. Найбільш широко розповсюджені такі види упаковок: піддончик, загорнутий у м'яку прозору плівку, і повністю загорнутий пакет із полімерної плівки.

Плівки для упаковки овочів і фруктів повинні мати привабливий зовнішній вигляд (високу прозорість, блиск, відсутність мутності), термозварюваність, високі механічні властивості. Зі специфічних вимог відокремлюють особливу газопроникність. Необхідність у такій

газопроникності зумовлена тим, що свіжі овочі і фрукти, які фасують в упаковку, дихають – поглинають кисень і виділяють вуглекислий газ та водяні пари.

Навіть ті овочі, які майже не дихають у цілому вигляді, починають інтенсивно «дихати» розрізаними, наприклад морква. Завдяки процесам дихання (респірації) склад повітря всередині упаковки змінюється, модифікується. У герметричній упаковці виникає анаеробна атмосфера з високою вологістю, яка згубна для овочів і фруктів, тому разом з упакованим продуктом повинна «дихати» і упаковка.

Плівки для тонких упаковок називають «дихальними», хоча цей термін не співпадає кількісно з іншими галузями застосування плівкових матеріалів, де слово «дихальна» частіше означає плівку з дуже високими показниками газопроникності аж до перфорованої.

«Дихальні» плівки для упаковки свіжих і нарізаних овочів повинні мати визначене співвідношення між проникливістю кисню і вуглекислого газу. Кисень потрапляє всередину упаковки ззовні і поглинається упакованим продуктом; CO₂ утворюється всередині упаковки за рахунок дихання продукту і прагне там накопичуватись. Швидкість його відведення із упаковки за рахунок проникності пакувальної плівки має бути вищою, ніж швидкість надходження кисню. Оптимальним співвідношенням щодо проникності CO₂:O₂ вважається 3:5.

У результаті процесів дихання і дифузії всередині упаковки встановлюється динамічна рівновага газів, яка надалі мало змінюється. Упаковані продукти «видихають» також водяні пари, які в результаті накопичення всередині упаковки можуть досягати стану насичення і зумовлювати конденсацію води на внутрішній поверхні плівки. Така упаковка втрачає привабливість, а внутрішня атмосфера стає сприятливою для розвитку всіх видів пліснявих грибів. Тому упаковка повинна мати також визначену проникливість до парів води.

Перфоровані плівки, які широко використовуються як «дихальні», наприклад для упаковки хлібобулочних виробів, не придатні для упаковки нарізаних плодів, оскільки не забезпечують захист від бактеріальних і механічних забруднень. Коефіцієнт газо- і паропроникності різних матеріалів, які найбільш часто застосовують для виготовлення «дихальних» плівок.

Як видно із наведених даних, завдання створення упаковки зводиться до підбирання плівки відповідної товщини із потрібного матеріалу. Більш високі коефіцієнти газопроникності мають плівки із пластифікованого ПВХ і особливо із високопрозорих стиролбутадієнових співполімерів (СБС). Крім високої газопроникності, вони відрізняються також привабливим зовнішнім виглядом – однією із найвищих для полімерних плівок прозорістю та блиском. Така прозорість є необхідною умовою упаковки свіжих і особливо нарізаних овочів та фруктів, оскільки покупець обов'язково хоче переконатися у свіжості продукту, відсутності псування, забруднень, а блиск надає такій упаковці додаткову привабливість.

Тема 7 *Характеристика матеріально-технічного забезпечення*

кейтерингового обслуговування. Вимоги до зберігання предметів матеріально-технічного забезпечення кейтерингового обслуговування

Кожний вид кейтерингового обслуговування передбачає наявність певної матеріально-технічної бази, до якої мають входити необхідне обладнання, інвентар та допоміжні засоби у відповідній кількості та номенклатурі. Матеріально-технічна база організації виїзного обслуговування включає забезпеченість та-кими предметами:

- кухонне устаткування та інвентар для приготування продукції;
- обладнання та посуд (ємності) для транспортування готової продукції та напівфабрикатів;
- столи, стільці, інші меблі для проведення заходів;
- столовий посуд, набори, інші предмети сервірування столів, столова білизна, таці тощо;
- предмети декору та оформлення приміщень;
- форма обслуговуючого персоналу;
- звуко- та світлоапаратура;
- меблі та інше обладнання, тенти і палатки для проведення заходів на природі, а також інше допоміжне устаткування й обладнання.

Перевага замовлення організації бенкету в спеціалізованому закладі ресторанного господарства полягає в тому, що він повністю забезпечує всім необхідним. Для замовника досить складно знайти однаковий посуд, набори, білизну, меблі на велику кількість запрошених (від 100 осіб і більше). Тому потенційний замовник віддає перевагу саме тому закладу ресторанного господарства, який може забезпечити його не тільки продукцією, а й відповідними матеріально-технічними засобами.

За бажанням замовника та враховуючи тематику й особливості бенкету відповідно стилізується оформлення приміщень. Для цього підбираються відповідні меблі, посуд, столова білизна, спеціальний одяг для офіціантів, якщо необхідно, то роблять замовлення на їх виготовлення.

Для якісного та повносервісного обслуговування споживачів використовується велика кількість посуду з прозорого та кольорового скла, великий вибір білих та кольорових скатертин, металевих таць, стійок, столів, стільців, вішалок, тентів тощо. Скляний і порцеляновий посуд повинен бути підвищеної міцності. Іноді за бажанням замовника при обслуговуванні заходів на природі може використовуватися одноразовий посуд. Для раціональної організації роботи складського господарства та зручності транспортування інвентарю для кейтерингового обслуговування необхідно дотримуватися певних вимог зберігання предметів матеріально-технічного забезпечення:

- пластикові меблі зберігають розібраними: окремо стільниці та ніжки, упаковані в самоклеючу плівку;
- тарілки, таці, блюда зберігають у картонних коробках з написами, розфасовані за видами;
- скло зберігають у картонних коробках, кожна з яких маркірується з назвою виробів та їх кількістю. В деяких випадках використовують пластиковий посуд, який розрізняється за кольором, для зручності зберігання, транспортування та обліку;
- тексти зберігають у складеному вигляді в мішках;
- білизна та спецодяг - у пластикових коробках та мішках.

Така форма зберігання дозволяє легко знайти потрібний інвентар і транспортувати його на місце проведення заходу.

Під час проведення підготовчих робіт на склад до матеріально відповідальної особи приходять затверджена керівництвом заявка на відвантаження інвентарю певної кількості та найменування залежно від виду та масштабності заходу.

Транспортування обладнання та посуду - дуже важливий момент, який по-требує насамперед вміння правильно укомплектувати машину. Найчастіше обладнання, меблі, посуд, столову білизну привозять до місця проведення заходу завчасно (за день, за декілька годин - залежно від характеру свята та території, на якій воно буде проводитися), оскільки процес приготування приміщення до-сить тривалий. При цьому важливо, щоб обладнання не зламалося, а посуд залишився цілим або його втрати були якнайменші.

Після завершення бенкету використаний посуд, столову білизну, предмети сервірування та декорування укладають в ящики і транспортують до кейтерінгового підприємства для санітарної обробки. Столи розбирають, сцену, обладнання та устаткування демонтують. Перевіряється кількість предметів матеріально-технічного забезпечення, їх стан, визначається кількість битого посуду і скла, поламані меблі тощо. Як правило, витрати, пов'язані з боєм та ломом вищеназваних предметів, відшкодовує замовник, тому дуже важливо провести відповідні підрахунки одразу після завершення заходу.

Після санітарної обробки всі предмети матеріально-технічного забезпечення повертають на склад, де комірник їх приймає, фіксує кількість та якість інвентарю, посуду, обладнання, меблів. За необхідності планують реставраційні та ремонтні роботи.

Для транспортування всього необхідного на місце проведення заходу і назад може використовуватися власний транспорт. У разі необхідності додатково залучаються (орендуються) вантажні машини.

Тема 8 *Вимоги до персоналу служби кейтерингу. Підготовка*

персоналу ресторану за спеціальним замовленням до обслуговування. Вміння персоналу високої кваліфікації. Вимоги до зовнішнього вигляду персоналу ресторану за спеціальним замовленням.

Для організації заходу кейтерінгова компанія повинна мати кваліфікований персонал (менеджерів, кухарів, офіціантів, барменів, дизайнерів тощо). Міні-мальна чисельність штату служби кейтерінгу - дві особи: шеф-кухар та сервіс-менеджер. Решта персоналу може за необхідності найматися для проведення конкретного заходу.

Кейтерінгова компанія може формувати власні трудові ресурси або залучати необхідних фахівців для проведення заходу, підтримуючи з ними тісні зв'язки. Особливість організації кейтерінгового обслуговування потребує оперативного формування робочої команди за першої необхідності та у певному складі, оскільки замовлення на кейтерінгові послуги надходять несистематично та нерівномірно.

Одним із багатьох факторів, які впливають на успіх та якість кейтерінгових послуг, є професіоналізм персоналу. Розмір і специфіка заходу мають безпосереднє відношення до визначення кількості працівників, рівня їхніх знань та навичок, а також форми бенкетного обслуговування, що буде запропоноване замовнику.

Перед проведенням кейтерінгового обслуговування кожний працівник повинен отримати чіткі вказівки щодо своєї роботи для точності та повноти її виконання. Це дозволяє розподілити обов'язки між усіма працівниками та легко зробити підсумки проведеної роботи.

Організація робочого місця бармена

Робоче місце бармена має бути обладнаним всім необхідним для роботи.

Зліва від нього розміщують підноси, покриті лляними серветками або рушником з посудом для подавання коктейлів, необхідний інвентар (шейкер, мірний посуд, ложечки, щипці, ключі для відкривання банок, пляшок з водою, штопор, рушники для протирання стійки), нарізані цитрусові, плоди і угоди (для оформлення напоїв).

Справа ставлять пляшки з напоями, глечики, графини із сиропами, соками у певній послідовності: у першому ряду - сиропи і соки, є другому - зліва направо розміщують коньяк, горілку, ром, лікери, кріплені і натуральні, вина, а також: подрібнені горіхи, терті вафлі і шоколад.

Перед барменом кладуть соломку для коктейлів, чашку-термос, відерко з льодом, обробну дошку для нарізування фруктів, цитрусових та інших

продуктів, справа біля дошки - інвентар для нарізування (ножі кухарські, карбувальні).

Якість продукції барів багато в чому залежить як цей бар забезпечений необхідним посудом, приборами, інвентарем та інструментами Для роботи в барі слід мати такий інвентар:

- обробні дошки для нарізування фруктів, овочів, хліба;
- ножі кухарської трійки;
- ножі для нарізування фруктів;
- спеціальний ніж для знімання цедри з цитрусових;
- карбувальний ніж для карбування плодів і овочів;
- виделки для наколювання цитрусових;
- терки для натирання мускатних і волоських горіхів, шоколаду, цедри лимона;
- лійки різних розмірів із пластмаси, частіша з них повинна мати вмонтоване волосяне ситечко;
- розсіювач для цукрової пудри;
- шпажки коктейльні для наколювання маслин, різних фруктів;
- шпажки і виделки пластмасові для бутербродів (накладанців) і дрібних закусок;
- пляшечки з дешевими корками для відмірювання і розбризкування компонентів, які належать до ароматичних модифікаторів;
- ситечко або стрейнер (плоске сито з ручкою, всередині обідка якого прикріплені пружини для утримання його на склянці);
- ручну соковижималку;
- виделки для фруктів, овочів;
- щипці для харчового льоду;
- вінчик для збивання;
- млинки для перемелювання кави, цукру, мигдалю, горіхів, чорного перцю;
- відерка для харчового льоду;
- мішечок для подрібнення льоду для окремих напоїв;
- дерев'яний молоток для подрібнення льоду;
- контейнер для зберігання льоду прямокутної, або квадратної форми з золяційною прокладкою;
- лопатку для наповнення контейнера льодом;
- підставку для зберігання яєць - дерев'яну, пластмасову або паперову;
- шумівку для виймання смажених виробів із фритюру;
- друшляк, сита для проціджування, протирання продуктів;
- дерев'яні качалки для розкачування тіста;
- дерев'яні копістки для перемішування: кухарські лопатки;
- прибори для перекладання готових закусок і десертів;
- ножі - лопатки для нарізування і перекладання десертів.

Рекомендована література

1. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатюк Н.М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.

2. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник / В.В. Архіпов, В.А. Русавська – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.

3. Прилепа Н.В., Миколюк О.А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. – 2014 р., № 5, С. 91–94.

4. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / Н.О. П'ятницька. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.

5. Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій / О.М. Радіонова. – ХНУМГ ім. О.М. Беке това, 2015. – 67 с.

6. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – 2013 р., № 1 (61), С. 8–12.

7. Усіна А.І., Сегеда І.В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій / А.І. Усіна, І.В. Сегеда. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. – 96 с.

8. Кейтеринг або організація виїзного харчування [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.business.esc.lviv.ua/kejterinh-abo-orhanizatsiya-vujiznoho-harchuvannya/>.

Базова

1. Архіпов В. В., Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства / В.В. Архіпов, В.А. Русавська – К.: Центр учбової літератури, 2009.

2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. / В.В. Архіпов. - К.: Центр учбової літератури, 2017.

3. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб./Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька. - К.:Кондор, 2013.-250с.

4. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т.К.Литвиненко.- К.:КНТЕУ, 2018.- 215с.

5. Мостова Л.М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства / Л.М. Мостова, О.В. Новікова. – К.: Ліра- К, 2010.

6. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства / За ред.. проф. Н.О. П'ятницької. - К: Центр учбової літератури, 2011.

7. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник/Т.Г.Сокол. - К.: Альтерпрес, 2009.

8. Сало Я. М. Організація обслуговування на підприємствах харчування. Ресторанна справа: довідник офіціанта / Я.М.Сало – Львів: Афіна, 2005.-336с.

Інтернет-ресурси:

1. Никифоров А. Соціальний кейтеринг. Кто накормит організованні колективи? [електронний ресурс].- Режим доступу : www.tour.ru/food/articles.
2. Соціальне питание: прокормить и прокормиться//HORECA Magazine.- 2011.-№11.-С.10-12.
3. Погодин К. Ресторан выездного обслуговування (кейтеринг)/ К. Погодин.- СПб.: Питер. 2012.-220 с.
4. Смирнов І.Г. Ресторанна логістика: міжнародний та український аспекти/ І.Г.Смирнов// Зовнішня торгівля: право та економіка.-2009.-№4(45).-С.4- 18.
5. Смирнов І.Г. Інформаційна логістика у складі ресторанної логістики / І.Г. Смирнов // Nauka: teoria i praktyka: Materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. – Volume 3. Ekonomiczne nauki. – Przemysł, 2013. – S. 37-44.

ЗМІСТ

Тема 1. Організація кейтерингового обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.	5
Тема 2 Види кейтерингу.	8
Тема 3. Види кейтерингових послуг при виїзному ресторанному обслуговуванні.	11
Тема 4. Підготовка до повно сервісного кейтерингового обслуговування	12
Тема 5. Поняття кейтерингового обслуговування готовою продукцією харчування.	15
Тема 6. Характеристика термоустаткування для доставки обідів, напівфабрикатів при роз'їзному кейтерингу.	19
Тема 7 Характеристика матеріально-технічного забезпечення кейтерингового обслуговування.	23
Тема 8 Вимоги до персоналу служби кейтерингу.	25
Рекомендована література	27