

Содержание:

Введение

Гостеприимство или сфера гостиничного и ресторанного бизнеса - это отрасль, которую называют «курицей, несущей золотые яйца». Объясняется это тем, что сфера гостеприимства является ведущим фактором и базой туризма. Развитие рекреационной сети всегда тесно связано с политико-экономической обстановкой в стране. Прошедшие в последние годы коренные изменения в политике, экономике и социальной сфере самым непосредственным образом сказались на состоянии гостиничного хозяйства России. Формированию гостиничного дела в России повлияло множество факторов. Появление и разделение потребностей людей в общении, становлении торговых отношений с соседними государствами. На сегодняшний день в России очень бурно развивается сеть гостиничных предприятий. Но гостиницы, это не только пункт приёма и размещения, но и целый набор дополнительных услуг, не входящих в стоимость оплаты проживания, например, туристско-экскурсионные услуги, прокат, обмен валюты, дополнительное питание, индивидуальный транспорт, хранение вещей, развлечения, резервирование и бронирование билетов и т.п.

Конкуренция в гостиничном бизнесе растёт, поэтому даже самая хорошая репутация и высококлассный сервис - ещё не гарантия успеха. Клиент стал разборчив и взыскателен, его не удивит ни хитроумным телевизионным хайтеком, ни беспроводным Интернетом, ни услугами нянь и личных, закреплённых за конкретными номерами дворецких. Даже самые престижные, но весьма похожие по набору базовых сервисных услуг, «одинаковые» гостиницы в разных городах уже не привлекают туристов, требуется чем-то выделиться, проявить индивидуальность. Приветствуются новые, оригинальные идеи. Приветствуется креатив. Изучение особенностей гостиничного дела очень важно для социально-культурного сервиса и туризма. Возможность предугадать тенденции его развития позволит избежать препятствий, возникающих в данной сфере. Выполнение курсовой работы способствует закреплению полученных теоретических знаний и приобретению практических навыков в организации производственно-хозяйственной деятельности предприятий общественного питания разных организационно-правовых форм. Гостиничный сервис - ведущая отрасль сферы обслуживания. Современное состояние рынка гостиничных услуг характеризуется

высоким уровнем конкуренции, разнообразием видов предоставляемых основных и дополнительных услуг, повышением уровня обслуживания. С точки зрения организации и управления гостиничные комплексы представляют собой сложные системы, которые состоят из различных взаимосвязанных служб. К основным типовым службам относятся: служба управления номерным фондом, административная служба, коммерческая служба, служба питания, инженерно-технические службы, вспомогательные службы.

Рассмотрим одну из этих главных служб, службу питания, а точнее бар. Целью данной работы является раскрытие особенностей организации обслуживания в гостиницах. Из основной цели работы вытекают следующие задачи, которые последовательно рассмотрены в структуре данного исследования.

Задачи:

1. обзор форм и методов организации питания в гостиницах;
2. изучение организации питания;
3. расчёт анализа динамики себестоимости услуг гостиницы;
4. раскрытие путей совершенствования;
5. изучим меню.

Объектом исследования является организация питания в гостиницах. Курсовая работа состоит из введения, 3х глав, заключения, списка использованной литературы.

Глава 1. Организация работы бара в гостинице

1.1 Общая характеристика баров. Задачи, особенности деятельности баров в гостинице

Бар — это предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, а также закуски, десерты, мучные, кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса: люкс, высший и первый класс, которые должны соответствовать следующим требованиям:

1. класс "люкс" - изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей - для баров;
2. класс "высший" - оригинальность интерьера, выбор услуг, комфортность, широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей - для баров;
3. класс "первый" - гармоничность, комфортность и выбор услуг, выбор напитков, коктейлей несложного приготовления - для баров.

Бары подразделяют:

1. по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления - винный, пивной, молочный, гриль - бар, салат - бар, снэк-бар, экспресс - бар и др.;
2. по концепции - видеобар, спорт - бар, ирландский паб и др.;
3. по специфике обслуживания потребителей (концепции) - видеобар, спорт - бар, ирландский паб и др.

Многие из вышеперечисленных предприятий появились в результате острой рыночной конкуренции, царящей на этом рынке.

Таб-бар - предприятие с небольшим ассортиментом продукции. Потребителям предлагается в основном разливное пиво и спириты (водка, ром, текила), недорогие напитки, коктейли не делают, обслуживание без официантов барменом. Отличительная черта такого бара: игра в тотализатор. По телевизору по одной из программ обязательно показывают спортивные мероприятия: скачки, собачьи бега. Посетители прямо в баре делают ставки. Дополнительно могут быть установлены бильярд.

Паб-бар, такой же концепции, что и таб, но с более широким ассортиментом продукции. В баре обслуживают только официанты. Цены выше, чем в табе. Обычно пабы бывают по интересам.

Офис-бар - бар при офисе, где бармены и официанты обслуживают сотрудников фирмы в течение дня. Во время обслуживания переговоров бармен или официант сначала принимает заказ, чтобы не беспокоить клиента вопросами и не отвлекать от обсуждаемой темы.

Сервер - бар – это бар, обслуживающий различные банкеты, приемы по предоплате или по чекам.

Мобил - бар - передвижной бар.

Пивной бар - бар, специализирующийся на реализации разнообразного ассортимента пива. На сегодняшний день это одно из наиболее популярных и любимых заведений подобного типа. На них приходится основная доля продаж не только разливного, но и баночного, и бутылочного пива. Составление пивного ассортимента, как правило, диктуется концепцией заведения и необходимостью поддержания определенного ценового диапазона. Если это национальный бар, представляющий страну с богатыми пивными традициями (английский, немецкий, чешский, ирландский), то в нем будет много пива преимущественно того же происхождения. В европейских барах в зависимости от уровня цен предлагают в основном либо дорогие импортные сорта, либо, если скажем это русский бар - преимущественно отечественные. Количество и выбор сортов марок зависят от того, насколько серьёзное внимание отводится напитку в заведении. Если бар относится к классу "люкс" или "высшему" и считает себя "пивным", то непременно должно быть несколько сортов тёмного пива, светлого, оригинального, а также специальные сорта пива для гостей знатоков - красное, горькое и черное, не фильтрованное и другая экзотика типа «Эль», «Барлей вайн», «Бланш», «Бок», «Гез», «Крик», «Лагер», «Ламбик», «Пилс», «Портер», «Раушбир», «Стаун». Если бар более низкого класса и рассчитан на более низкий ценовой интервал, то достаточно 5-6 сортов пива. В любом случае важно, чтобы сорта и марки пива были правильно подобраны: во - первых, светлое и тёмное пиво; во-вторых, самое популярное, поддержанное рекламой; в третьих, разного ценового уровня. Кроме того, существуют рекомендации ведущих рестораторов: " если в баре присутствуют отечественные и зарубежные марки пива, необходимо сделать так, чтобы разница в цене была не слишком велика, иначе может произойти смена клиентуры заведения".

Коктейль - бар реализует смешанные напитки (коктейли) в широком ассортименте, коньяки, фрукты, кондитерские изделия, закуски несложного приготовления. Коктейль, как основная товарная позиция коктейль - бара, является наиболее прибыльной частью ассортимента. Кроме того, наличие в ассортименте разнообразных коктейлей позволяет лучше реализовывать крепко-алкогольные напитки, в том числе ликеры, позиция которых считается слабо продаваемой. Выбор ассортимента в коктейль- баре зависит от профиля предприятия, так как данная группа предприятий размещается в основном при ресторанах и ресторанах при гостиницах. Существует следующая товарная концепция коктейль-баров на сегодняшний день:

1. количество классических коктейлей и производных от них характеризуется соотношением 50 * 50;
2. основной упор делается на алкогольные коктейли;
3. доля безалкогольных коктейлей в меню в идеале должно составлять 10-20%;
4. обязательно наличие фирменных коктейлей;
5. пивной бар товарный ассортимент.

Кофейный бар - предприятие с широким ассортиментом кофе и закусок к нему. Охватившая российскую столицу кофемания, продолжает свое триумфальное шествие. Поток желающих выпить чашечку «Эспрессо», «Капучино» или «Моккиато», наслаждаясь при этом нежным вкусом пирожного или ароматом хорошей сигары, растёт. Даже стоящие бок-о-бок заведения, разные по стилю и атмосфере и похожие друг на друга неизменным ароматом чудесного свежесваренного кофе, находят своих посетителей. Кроме того, кофе - бар или кофейни сочетаются абсолютно со всем - чтением книг, просмотром кино, что делает позиционирование этого бизнеса ещё более доступным.

Концепцию подобного заведения отличают:

1. демократичность. Предприятие работает на любой сегмент рынка, без навязывания ему определённого времени проведения;
2. особый подход к качеству сырья, из которого готовят кофейный напиток, и способу его приготовления.

Высокое качество кофе и профессионализм его приготовления - главное условие успеха. Классическое кофейное меню любого кофейного бара - это «Эспрессо», «Двойной эспрессо», «Капучино» (1/3 часть кофе и 2/3 части молока), «Моккиато» (кофе и капля взбитого молока), «Латте» (кофе с молоком), «Гляссе» (кофе с мороженым), «Ледяной кофе» (крепкий охлажденный кофе со льдом), «Айриш» (кофе с ирландским виски), «Кофе с коньяком», «Кофе с ликером». Наиболее раскрученным брендом в настоящее время является «Эспрессо». Это наиболее любимый вид кофе, который предпочитает демократичная публика.

Винный бар - предприятие с широким ассортиментом вин. Обычно располагается при ресторанах, так как специализируется на одном контингенте посетителей. Имеет обязательно сомелье или бармена, знающего толк в винах и правила подачи вина. В винном баре обязательно должно быть помещение для хранения вина оборудованное специальными стеллажами для бутылок. Карта вин должна содержать не только наименование и цену, но и категорию, производителя, год

урожая, с каким блюдом лучше сочетать и другие не мало важные для потребителя данные. В винном баре должна быть большая вариация бокалов для вина - только в правильном бокале вино может раскрыть свой букет.

1.2 Разработка товарного ассортимента, ценовой политики

Управление ассортиментом представляет собой деятельность соответствующих служб гостиницы по контролю, анализу и принятию управленческих решений в области маркетинга, сбыта и производства с целью адаптации ассортимента к потребностям покупателей.

Ассортиментная политика - искусство принятия решений по отдельной товарной единице, товарной группе и по всему ассортименту в целом для достижения компанией поставленных целей.

Основные цели ассортиментной политики:

1. увеличение сбыта за счёт оптимизации структуры ассортимента;
2. увеличение оборачиваемости товарных запасов;
3. достижение конкурентного преимущества за счёт более привлекательного ассортимента;
4. снижение издержек, связанных с содержанием ассортимента;
5. формирование имиджа компании путем позиционирования ассортиментных товарных единиц.

Проблемы управления ассортиментом:

1. потребности покупателей быстро меняются, поэтому предприятие вынуждено постоянно обновлять свой ассортимент, а для этого нужны дополнительные ресурсы.
2. жёсткая конкуренция приводит к тому, что выведенный на рынок новый товар не успевает окупить инвестиции в его производство и продвижение.
3. методик оптимизации ассортимента. Классификация видов товарного ассортимента.

По степени важности для предприятия:

Основной ассортимент - включает товары, пользующиеся повышенным спросом. Продажа, в первую очередь, именно этих товаров, приносящих наибольшую прибыль, является целью деятельности предприятия. Необходимо обеспечить постоянное присутствие на складе основного ассортимента.

Дополнительный ассортимент - включает товары, придающие завершенность основному ассортименту. Это дополняющие товары, товары импульсной покупки, товары для особых случаев, отсутствующие в других торговых местах.

Дополнительный ассортимент может не всегда присутствовать на складе, меняться по наименованиям, то есть относится к категории переменного ассортимента.

В специализированном на пиве баре должен быть широкий ассортимент пива. Этот широкий ассортимент, безусловно, имеет свои достоинства и недостатки.

Достоинства широкого ассортимента:

1. притягивает различные категории покупателей и увеличивает их число;
2. позволяет более эффективно управлять прибылью за счёт варьирования торговыми наценками.
3. Недостатки широкого ассортимента:
4. требуются дополнительные площади, оборудование;
5. замедляется общая оборачиваемость товарных запасов;
6. возрастает трудоёмкость учёта;
7. трудно поддерживать стабильность ассортимента.

Специализированный ассортимент привлекает тех покупателей, которые хотят иметь широкий выбор товара и получить квалифицированное обслуживание и консультацию.

Достоинством специализированного ассортимента является - глубина ассортимента, что даёт возможность широкого выбора для покупателя. В зависимости от количества похожих товаров: Глубокий ассортимент - представлено много вариантов похожих или аналогичных товаров

Достоинства глубокого ассортимента:

1. большой выбор способствует тому, что покупатель вряд ли уйдёт без покупки;
2. вырабатывается преданность покупателя.
3. Недостатки глубокого ассортимента:

4. слишком большое разнообразие одного и того же товара вызывает раздражение покупателя;
5. продавцы сами плохо ориентируются в различиях между товарами;
6. проявляется эффект "каннибализма".

Плоский ассортимент - представлено небольшое число разновидностей товаров. Следует тщательно подбирать товары, ориентируясь только на самые ходовые.

В зависимости от степени дифференциации товара:

1. Простой ассортимент - состоит из простых недифференцированных товаров.
2. Сложный ассортимент - состоит из основных, дополняющих, взаимозаменяемых товаров или товаров, имеющих в пределах одного вида свою внутреннюю классификацию по различным.

Ценовая политика.

Суть ценовой политики предприятия заключается в том, чтобы устанавливать на товары (услуги) такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы обеспечить намеченный объём прибыли и решать другие задачи предприятия.

Один из путей подобного решения состоит в том, что необходимо рассматривать цену, как одно из неотъемлемых свойств продукта наряду с потребительскими свойствами товара, его качеством и т.д. И в самом деле, если цена на товар устанавливается слишком высокая, то такой товар может быть не куплен, а если и куплен, то в меньшем объёме. На практике используется серия ценовых стратегий:

1. стратегия высоких цен ("снятие сливок" - "price-skimming") предусматривает продажу первоначально значительно выше издержек производства, а затем их понижения. Это относится к товарам-новинкам, защищённым патентами. Подобная стратегия возможна в условиях высокого уровня текущего спроса, восприятия высокой цены со стороны потребителя как свидетельство высокого качества товара;
2. стратегия низких цен, или стратегия "проникновения" на рынок. Это делается с целью стимулирования спроса, что эффективно на рынках с большим объёмом производства и высокой эластичностью спроса, когда покупатели резко реагируют на снижение цен и увеличивают спрос. б

Фирма за счет массового производства выдерживает низкий уровень цен:

1. стратегия дифференцированных цен - проявляется в установлении цен в сочетании со всевозможными скидками и надбавками к среднему уровню цен для различных рынков, их сегментов и покупателей;
2. стратегия льготных цен - направлена на работу с покупателями, в которых заинтересована фирма, предлагая им товар по льготной цене;
3. стратегия гибких, эластичных цен - цены устанавливаются в зависимости от возможностей покупателя, его покупательной силы;
4. стратегия стабильных, стандартных, неизменных цен;
5. стратегия неокругленных цен, при которой покупатель покупает товар не за 100 руб., а за 99,99 руб. В этом случае покупатель рассматривает эти цены как низкие или как доказательство тщательного подсчёта и установления цены фирмой;
6. стратегия цен массовых закупок;
7. стратегия тесного увязывания уровня цен с качеством товара.

Прежде чем применять на практике ту или иную ценовую политику, надо повседневно следить за складывающимся уровнем цен.

В экономике предприятия исходным принципом ценообразования является возмещение затрат на производство и реализацию продукции, услуг, работ и получение прибыли в размере, достаточном для осуществления расширенного воспроизводства и выплаты соответствующих налогов государству и муниципальным органам и образования фонда потребления в объёме, обеспечивающем определенный стандарт жизни работников предприятия. Решение этой задачи происходит с помощью соответствующего установления уровня цен на продукцию, выпускаемую предприятием.

Из опыта работы американских компаний по установлению цен следует, что в основном они применяют следующую последовательность в разработке и расчете цен.

При постановке задачи, по ценообразованию следует исходить из положения: какую роль предприятие отводит цене в своей коммерческой работе. Цена, как известно, выполняет ряд функций. Например, помимо того, что она является важнейшим фактором, определяющим величину прибыли (чем выше цена, тем больше прибыль), она рассматривается как средство стимулирования спроса. Иными словами, на этом этапе происходят осмысление назначения цены, выработка ценовой политики предприятия, которая основывается, с одной стороны, на возможностях предприятия, а с другой - на выявленном спросе на его

продукцию.

При определении спроса на товары, выпускаемые предприятием, необходимо обратить внимание на выяснение факторов, воздействующих на спрос. Дело в том, что на цену товара влияют количество производителей, предлагающих аналогичную продукцию, а также сила обычаев, привычки покупателей и т.д.

При оценке издержек производства на продукцию, выпускаемую предприятием, необходимо исходить из их сравнения со среднеотраслевыми издержками (себестоимостью) на аналогичную продукцию, которые рассчитываются как средневзвешенная величина индивидуальных затрат предприятий.

Такой подход обуславливается тем, что рыночная цена на одноимённую продукцию отражает средние общественные издержки производства плюс средняя норма, прибыли на эти товары.

Отсюда следует, что те предприятия, где издержки производства равны общественным издержкам или ниже, получают прибыль, а предприятия, у которых издержки производства выше, теряют часть индивидуальной стоимости товара, произведенного на них, и в конечном итоге разоряются. Это означает, что величина издержек производства для предприятия является нижним пределом устанавливаемого уровня цены, ниже которого продажа продукции будет убыточна.

Верхним пределом устанавливаемой цены является рыночная цена, формирующаяся, с одной стороны, под воздействием спроса и предложения, а с другой - конкуренции со стороны производителей аналогичных товаров.

При анализе цены конкурента основное внимание должно быть обращено на систему скидок, которые он предоставляет. В мировой практике насчитывается около 20 видов скидок с цены.

Из всех видов скидок наиболее подходящая для пивного бара специальные скидки посетителям, в которых бар более заинтересован.

В конечном итоге уровень устанавливаемой цены по здравому смыслу должен находиться где-то в промежутке между низкой ценой (издержки производства), не приносящей прибыли, и теоретически высокой ценой, определяемой спросом (рыночная цена) без учёта задач предприятия.

Вывод

Сегодня бары имеют различные направления и могут быть посвящены одному виду напитков. Всё это сказывается и на оформлении интерьера, и на дизайне барной стойки.

Весь процесс приготовления должен быть отработан до мелочей, ведь от этого зависит престиж бара и, следовательно, количество заказов. В винных барах целесообразно предлагать различные сорта вин, в том числе коллекционные и эксклюзивные. В оформлении интерьера применяются мягкие тона, отделка деревом, мягкая мебель. Пивные бары, пожалуй, самая популярная на сегодняшний день концепция. Здесь можно хорошо отдохнуть, провести время в беседе. Барная карта состоит из разнообразных сортов пива, в основном, бочкового, и других алкогольных напитков. Меню включает в себя небольшое количество горячих и холодных закусок. Особняком стоят безалкогольные бары. Здесь приверженцы здорового образа жизни могут заказать различные молочные, фруктовые коктейли, а также чай и кофе.

При постановке задачи, по ценообразованию следует исходить из положения: какую роль предприятие отводит цене в своей коммерческой работе. Цена, как известно, выполняет ряд функций. Например, помимо того, что она является важнейшим фактором, определяющим величину прибыли (чем выше цена, тем больше прибыль), она рассматривается как средство стимулирования спроса. Иными словами, на этом этапе происходят осмысление назначения цены, выработка ценовой политики предприятия, которая основывается, с одной стороны, на возможностях предприятия, а с другой - на выявленном спросе на его продукцию.

Глава 2. Организация барной стойки

2.1 Барная стойка - предмет интерьера бара

Первоначально этот элемент интерьера бара появился в Северной Америке в XVIII веке. Барная стойка предназначалась для разделения пространства бара на 2 функциональные зоны: зону для посетителей и зону для продавца (бармена). Разделение посетителей и бармена барной стойкой имело чисто практическое значение: защита хрупкой посуды от подвыпивших посетителей и создание удобного функционального пространства, где "всё под рукой". Для барной стойки

существуют специальный высокий барный стул.

Существуют три основных направления в назначении барных стоек, соответствующих выбранной концепции:

1. "ЗАЛ" - изысканный стиль в ресторане, клубе, ночном баре.
2. "ПАБ" - уют и настроение в пивных, гриль - барах.
3. "СИТИ" - лёгкое и современное решение для дневного бара, диско-бара.

Ни один бар не обходится без барной стойки, ведь это один из главных элементов настоящего бара. Барная стойка включает в себя следующие основные элементы: модуль передней линии, модуль задней линии, верхний ярус на опорных колоннах.

Передняя линия - то, без чего барная стойка не может существовать в принципе. Именно за ней работает бармен, искусно смешивая и разливая напитки, здесь же сидят на высоких табуретах посетители.

Передняя линия барной стойки состоит из базового модуля, специального модуля под кофемашину. Базовый модуль скомплектован мойкой, держателем для бутылок, местом под кофемашину. В базовый модуль также встраивается льдогенератор, охладитель бутилированных напитков, посудомоечная машина, а также нейтральный шкаф для хранения посуды, салфеток, столовых приборов, а также аксессуаров бармена (джиггер, дозатор, штопор, барменский нож, шейкер, стрейнер и др.).

Для снижения травматичности работы бармена, который находится в постоянном движении на небольшой площади, дверцы и ящики встраиваемых шкафов снабжены магнитными защёлками и удобными, утопленными в поверхность двери, ручками, а внутренние углы шкафов имеют округлую форму, что весьма упрощает уборку и повышает гигиеничность оборудования.

Современный дизайн витрины и подсветка позволяют представить часть ассортимента, предлагаемого баром максимально привлекательно для посетителей. В качестве материала для гостевой столешницы использовано дерево, для рабочей столешницы - высококачественная нержавеющая сталь.

Передняя линия со стороны посетителей снабжена подставками для ног, которые делают пребывание посетителей за стойкой более комфортным, также они служат элементом интерьера.

Задняя линия барной стойки состоит из нижней и верхней частей. Верхняя часть представляет широкий ассортимент алкогольных напитков, кроме того, верхняя часть пристенной линии несёт декоративную нагрузку, поэтому в качестве материала для оформления задней стенки и полок использованы зеркала, деревянные элементы.

Верхний ярус барной стойки крепится на подвесных элементах к потолку, он представляет собой специальную полку с бокалодержателями. Верхний ярус оформлен декоративной подсветкой, которая создаёт неповторимую атмосферу.

Барная стойка дополнена комплектом мебели, которая представлена столами прямоугольной формы из дерева, а также удобными кожаными диванчиками.

2.1 Организация и оснащение рабочих мест

Барная стойка - это индивидуальная особенность и достопримечательность любого бара, ведь её оформление, стиль и дизайн самым непосредственным образом отражает направленность заведения.

Бар со специализацией предполагает наличие особого профессионального оборудования. Так, например, винный бар не обойдется без устройств для хранения открытых бутылок, в пивном баре должны быть устройства для розлива пива, в безалкогольном баре полезны будут граниторы и аппараты для приготовления молочных коктейлей.

Уделяя должное внимание конструкции, качеству и цене барной стойки, нельзя забывать о её дизайне. Барная стойка организует пространство бара, около неё собираются посетители, она содержит в себе все элементы декора, передающие концепцию бара. Материалы, из которых изготавливается и которыми отделывается барная стойка, как правило, зависят от ценовой категории бара, однако даже недорогую стойку можно попытаться сделать неповторимой. Сегодня при оформлении барной стойки предпочтение чаще отдаётся новым современным формам: мебель из технологичных материалов легко трансформируется, хорошо эксплуатируется, оригинально преобразуется с помощью декоративных и световых элементов. Однако классический дизайн также не утратил своей притягательной силы: строгая по дизайну стойка из массива дерева придает бару солидный, респектабельный вид.

Самый традиционный, но и самый популярный материал - это по-прежнему дерево. Число изделий, которые можно изготовить из дерева, практически не ограничено.

Камень - благородный отделочный материал. Поскольку натуральный камень, как правило, довольно дорог и сложен в обработке, всё большую популярность приобретают его искусственные аналоги. Искусственный камень применяется для изготовления столешниц барных стоек, стоек ресепшн, раковин. Он эффектно смотрится на полах и в качестве элементов отделки стен.

Современное, правильное оснащение бара является едва ли не важнейшим залогом успеха заведения. Огромное значение имеет профессионализм барменов, поваров и баристов, способных предложить посетителям нечто особенное, однако конкурентоспособным станет лишь бар или ресторан, оборудованный всей необходимой техникой. Невозможно сегодня представить бар без кофемашин, посудомоечных машин, холодильного оборудования, ледогенераторов, соковыжималок и т.д. Производительность аппаратов, степень автоматизации процесса приготовления блюд, напитков и их ассортимент зависит от размеров заведения, предполагаемого количества посетителей, однако кофе и свежевыжатые соки посетители ожидают увидеть в любом баре и кафе. На данный момент, можно выделить таких поставщиков барного оборудования, как BarTec (Китай), Corema (Италия), Mascap (Италия), Aristarco (Италия), Hamilton Beach (США), Santos (Франция), Fagor (Испания), Roller Grill (Франция), Metalcarrelli (Италия), Scaiola (Италия), Tecfrigo (Италия), Brema (Италия), La Cimbali (Италия), CMA (Италия), Saeco (Италия) и другие.

Наряду с оформлением зала и техническим оснащением кухни, особо пристальное внимание следует уделить оснащению туалетной комнаты. Многие посетители именно по ней составляют впечатление об уровне и качестве заведения. Современные аксессуары для туалетной комнаты эстетичны и функциональны. А поскольку изготавливаются они из различных материалов, подобрать подходящие диспенсеры и сушилки для рук можно практически для любого интерьера.

Для полноценной работы бара необходимо оснастить барную стойку всем необходимым оборудованием. Номенклатура оборудования зависит от меню, а также от профиля заведения (алкогольный или безалкогольный бар, кофейня, кафетерий, бар в торговом центре). Как правило, барная стойка комплектуется холодильными шкафами для напитков, ледогенератором, модулем для пивной башни, аппаратами для розлива газированных напитков, держателями для бутылок, кассовым аппаратом, стаканомоечной машиной - это необходимый

минимум для бара, предлагающего алкогольные напитки. Пожалуй, ни в одном современном баре не обойтись без качественного кофе. Его ассортимент зависит, в основном, от концепции предприятия. Самые распространённые - эспрессо кофемашины (автоматические, полуавтоматические и суперавтоматические), фильтрационные кофемашины с колбами и термосами, автоматические с завариванием чашками, а также гейзерного типа и аппараты для приготовления кофе на песке. Эспрессо кофемашины считают самыми многофункциональными. С их помощью можно не только приготовить «Эспрессо» и вспенить молоко для «Капучино», но и получить горячую воду для заваривания чая.

Для разнообразия ассортимента можно включить в меню горячий шоколад - существуют специальные аппараты для приготовления горячего шоколада. Не меньшей популярностью, чем горячий шоколад, пользуются у завсегдатаев баров молочные и алкогольные коктейли. Для приготовления молочных коктейлей рекомендуем использовать миксеры на один и два рожка, а для приготовления алкогольных и фруктовых коктейлей необходим блендер.

Холодные закуски (салаты, сэндвичи) и кондитерские изделия (торты и пирожные) можно выложить в охлаждаемой витрине с температурным режимом от +2 до +10°C. Горячие блюда или готовая выпечка размещаются в тепловых витринах, которые могут быть оснащены подсветкой, а также могут комплектоваться ёмкостью для пароувлажнения: терморегулятор позволяет устанавливать температуру от 0 до 95°C.

Для разогрева готовых блюд и приготовления полуфабрикатов высокой степени готовности обычно пользуются микроволновыми печами. Выпускаются модели на 23 и 30 литров, отличающиеся и режимами работы.

Полезной в любом баре и ресторане будет соковыжималка. Они подразделяются на электрические и механические, бывают для цитрусовых и универсальные - для всех видов овощей и фруктов.

Неотъемлемый атрибут каждого бара - ледогенератор для приготовления кубикового льда. Корпус ледогенератора выполняется из нержавеющей стали, аппарат оснащается функцией воздушного охлаждения. В зависимости от потребностей бара, можно выбирать ледогенераторы разной производительности. На любом предприятии общественного питания необходимо холодильное оборудование. Например, охлаждаемые столы: они включаются в набор оборудования бара в качестве рабочей столешницы или охлаждаемого объёма.

Лучший способ выделиться на фоне конкурентов - приобрести запоминающуюся оригинальную посуду. В баре можно сосредоточиться на бокалах, рюмках, стаканах, вазочках для десертов, украшениях для бокалов. В ресторане и баре, предлагающем посетителям закуски и горячие блюда, необходимо иметь полный набор столовой посуды. Ни кафе, ни бар не смогут нормально работать без чистой посуды и столовых приборов. Современные посудомоечные машины, разработанные специально для баров и кафе, способны отмыть большое количество посуды в минимальные сроки, экономя электроэнергию и воду, что немаловажно для небольших заведений. Стakanомоечные машины предназначены для деликатной мойки стеклянных предметов и идеально отмывают как бокалы для напитков и коктейлей, так и чайные и кофейные пары. В баре правильно подобранная посуда подчёркивает вкус напитка, показывает класс заведения и привлекает новых покупателей. Общее требование ко всей стеклянной, хрустальной, фарфоровой посуде - прочность, гигиеничность и красота. При оснащении бара необходимо позаботиться о сервировочной посуде: тарелках для супа, подстановочных и обеденных тарелках, посуде для чайных и кофейных церемоний, салатниках. Сегодня эту посуду изготавливают, в основном, из стекла и фарфора. Отличительная особенность профессиональной посуды - утолщенные края и дно. Это помогает сохранить посуду от сколов, а специальное покрытие делает её стойкой к воздействию химических средств и высоких температур в посудомоечной машине.

Не обойтись в баре, предлагающем хотя бы минимальный набор горячих блюд и закусок, без профессиональной наплитной посуды. Основные требования к ней, помимо профессионального исполнения, - универсальность и практичность: она должна соответствовать гигиеническим требованиям, подходить по размеру к тепловому оборудованию, легко мыться, удобно храниться. Самый распространенный материал исполнения для наплитной посуды - это нержавеющая сталь 18/10 (процентное соотношение хрома и никеля в сплаве). Посуда из "нержавейки" не окисляется и не влияет на вкус еды. Для приготовления некоторых блюд используют чугунную посуду. Популярна и посуда с антипригарным тефлоновым покрытием - её удобно использовать в ресторанах здоровой пищи, поскольку на ней можно готовить без масла.

Закупка посуды для бара - это мероприятие, требующее серьезных вложений. Однако отдача от правильно подобранной посуды также будет велика.

Понятие "аксессуары" включает в себя огромное количество мелочей (и не только), без которых бар не стал бы таким, каким его задумывали создатели. К ним можно

отнести все предметы, которые используются для украшения зала, текстиль (салфетки, скатерти, шторы), фигурки и предметы, которые создают настроение и поддерживают концепцию заведения.

Особые аксессуары требуются в работе бармена и повара. Так, в баре необходимы такие приспособления, как джиггер (мерный стаканчик объёмом 25-200 мл), пластмассовые или металлические гейзеры (насадки, предназначенные для разлива напитков тонкой струей), коктейльные ложки, используемые для приготовления слоистых коктейлей, дозаторы (гейзеры с устройством дозирования). Удобно оборудовать бар крутящейся стойкой для бутылок. Не обойтись в баре без шейкера. Особые приспособления требуются для создания напитков со льдом: это измельчитель льда для приготовления крупных кусков и ледяной крошки, контейнер для хранения льда, щипцы для льда, стрейнер, применяемый для отделения напитков ото льда. Под рукой у бармена всегда должен быть небольшой барный нож и разделочная доска для приготовления украшений из фруктов, фигурные ножи, цветные трубочки, зонтики и прочие украшения для бокалов. Все эти важные мелочи удобно хранить в специальном барном органайзере.

На кухне полезными и необходимыми повару будут разделочные доски из дерева и пищевого пластика, ручные терки для сыров и овощей (помимо механических овощерезок), металлические венчики различных форм, щипцы для спагетти, ножи для пиццы, специальные ложки, шумовки, сервировочные кольца, мерные стаканы, всевозможные контейнеры для хранения полуфабрикатов, сыпучих, влажных продуктов. Набор аксессуаров для кухни практически не ограничен и всегда определяется меню бара и личными пристрастиями шеф-повара.

Вывод

Специализированный бар предполагает наличие особого профессионального оборудования. Так, например, винный бар не обойдется без устройств для хранения открытых бутылок, в пивном баре должны быть устройства для розлива пива, в безалкогольном баре полезны будут граниторы и аппараты для приготовления молочных коктейлей.

Барная стойка организует пространство бара, около неё собираются посетители, она содержит в себе все элементы декора, передающие концепцию бара. Материалы, из которых изготавливается и которыми отделывается барная стойка, как правило, зависят от ценовой категории бара, однако даже недорогую стойку

можно попытаться сделать неповторимой.

Огромное значение имеет профессионализм барменов, поваров и баристов, способных предложить посетителям нечто особенное, однако конкурентоспособным станет лишь бар или ресторан, оборудованный всей необходимой техникой.

Глава 3. Особенности обслуживания в баре в гостинице

Лобби-бар (от англ. Lobby - "вестибюль") располагается на первом этаже гостиницы, недалеко от стойки администратора. Специфика расположения лобби-бара создает определенные преимущества в его оформлении и освещении: панорамные окна, принятые в холлах гостиниц, - это яркий декоративный элемент и естественное освещение большую часть суток. Кроме контактной барной стойки, в зоне лобби-бара обычно находится мягкая мебель, дополняемая кофейными столиками и стульями.

В ассортименте лобби-бара, как правило, представлены кондитерские изделия, закуски, десерты, крепкие, слабоалкогольные и безалкогольные напитки. Особое место в меню отводится чаю и кофе.

Лобби-бар является местом встреч и ожиданий, он ориентирован на обслуживание не только постояльцев отеля, но и посетителей, в нем не проживающих. Посетители лобби-бара обычно не делают больших заказов, поэтому здесь могут устанавливаться цены выше средних. Высокие цены объяснимы уже самим статусом места и не вызовут негативной реакции, если их поддержать эксклюзивностью ассортимента и сервировкой. Как правило, лобби-бары открыты круглосуточно.

Успех бара зависит от множества факторов. Расположение бара играет очень важную роль, но даже удачное место не гарантирует успех, если бар не нашел свою аудиторию. Именно на аудиторию (целевую группу) следует ориентироваться, создавая интерьер бара, планируя меню и уровень цен. Необходимо продумать, откуда узнают люди о заведении, как попадут в него, поедут ли специально, если он находится не по пути. Заинтересовать посетителей можно в первую очередь концепцией, идеей, которой проникнуты все уровни организации бара (название, интерьер, рекламно-информационная продукция, тип обслуживания) или

предлагаемым ассортиментом блюд и напитков (безалкогольный бар, пивной ресторан). Отправляясь в бар, человек хочет отдохнуть или развлечься. Насколько положительными и полными будут впечатления от посещения заведения, зависит от внешнего вида здания, оформления зала, барной стойки, от качества посуды, естественно, от качества еды и напитков, от настроения и поведения персонала. А модной и популярной может стать любая барная концепция, если она была тщательно продумана и грамотно воплощена в жизнь.

Основная концепция лобби-бара - это деловые переговоры и встречи, а также ожидание регистрации и такси.

Многие туристы, особенно иностранцы, которые боятся выходить из отеля по одному, любят провести свои вечера именно в лобби-баре, попивая пиво или коктейли, которые может предоставить меню.

Отличительной особенностью обслуживания является наличие барной стойки и как минимум двух барменов. Один принимает заказ и производит расчет гостей, а другой готовит заказы. Данная концепция предполагает наиболее быстрое обслуживание посетителей.

3.1 Основные виды барного обслуживания в гостинице

Будучи, безусловно, самой творческой ресторанный специальностью, профессия бармена предоставляет выбравшим ее достаточно широкий простор для самореализации. Поэтому из всего богатства и разнообразия барменских стилей очень важно выбрать именно тот, который соответствует особенностям личного характера и внешним данным. Охарактеризовать барменскую специальность можно исходя из двух параметров - функционального и коммуникативного, то есть - умение приготовить качественный коктейль и навыки грамотного общения с клиентом. Что касается функциональных особенностей (если не принимать во внимания азы), то различают три основных вида: классический, фристайл и спидмиксинг.

Классический стиль - здесь больше всего ценится консервативность и строгость. Проявляться это должно во всем: в одежде, манере приготовления коктейлей. Хотя конечно не стоит переносить классический стиль на весь предлагаемый ассортимент. Подобный стиль наиболее востребован в барах " высшего" класса, где

дым настоящей "гаваны" смешивается с ароматом дорогих духов. В таком баре уместен бармен с внешностью и деликатными манерами стареющего плейбоя, умеющего внимательно молчать и мудро улыбаться в седеющие усы. При этом работа за стойкой должна исключать всякие элементы импровизаций и неожиданностей.

Фристайл - стиль, во многом противоположный классическому. Он подразумевает раскрепощённость и непосредственность. Истоки фристайла лежат во вполне понятном желании бармена обратить на себя внимание клиента нетрадиционным поведением за стойкой и тем самым выделиться из общей массы коллег и конкурентов. Выражается это в разработке театрализованных трюков, включающих в себя, как правило, одиночное или синхронное жонглирование ёмкостями, работу с пиротехническими эффектами, тематическое костюмирование. Естественно, все подобные манипуляции выглядят достаточно шумно и весело, порой даже слишком, поэтому данный вид обслуживания в баре подходит в местах большого скопления людей, ночных дискотеках. Здесь он достигает основной цели - привлекает внимание клиента благодаря яркости и необычности красочного шоу, которое бармен демонстрирует за своей стойкой.

Спидмиксинг- мастера этого стиля делают основной упор на быстрые приготовления коктейлей при неукоснительном соблюдении общепринятых стандартов и пропорций.

3.2 Методы и формы обслуживания потребителей бара в гостинице

Метод обслуживания потребителей (общественного питания): способ реализации потребителям продукции общественного питания. Различают два метода обслуживания: обслуживание официантом, барменом, буфетчиком, продавцом или самообслуживание.

Форма обслуживания потребителей (общественного питания): организационный приём, представляющий собой разновидность или сочетание методов обслуживания потребителей продукции общественного питания. Примером форм обслуживания может быть реализация кулинарной продукции через торговые автоматы или столы саморасчёта, по типу "шведского стола", отпуск комплектованных обедов. В зависимости от количества выполняемых официантом

операций различают полное и частичное обслуживание. При полном обслуживании все операции (получение продукции, доставка её в зал, подача блюд и напитков в обнос, уборка посуды, расчёт) осуществляют официанты. Полное обслуживание официантами обеспечивает более высокую культуру обслуживания и применяется при проведении банкетов и приёмов, а также при обслуживании потребителей в вечернее время.

По способу расчёта метод обслуживания официантом делится на две формы: с предварительным и последующим расчетом. По организации труда официантов метод обслуживания делится на индивидуальную и бригадную формы.

Индивидуальная форма обслуживания официантами имеет следующие особенности: за каждым официантом закрепляют несколько столов (мест), и он выполняет все элементы техники обслуживания (прием заказа, сервировка стола, подача блюд и напитков, расчёт с потребителями, уборка посуды). При этой форме обслуживания потребители и официант устанавливают личный контакт. Однако последовательное выполнение всех операций небольшими партиями снижает использование средств малой механизации, приводит к росту потерь времени. Полнота обслуживания зависит от цели посещения бара, а именно: посещение с целью удовлетворения потребности в питании или питании и отдыхе.

Обслуживание официантами потребителей, посетивших предприятие с целью питания и отдыха по индивидуальным заказам в предприятиях с музыкальной программой. При обслуживании по индивидуальным заказам официанты заранее сервируют столы лишь столовой посудой и приборами. Заказанные блюда они подают последовательно в ходе обслуживания, а расчёт производят в конце обслуживания. Разновидностью методов обслуживания официантами или комбинированного является обслуживание барменами и буфетчиками-официантами. При этом бармены и буфетчики-официанты могут полностью обслуживать всех потребителей или же только часть потребителей, сидящих у барной стойки, а также частично остальных, сидящих за столами в зале. Остальным потребителям они выдают блюда и напитки и производят с ними расчёт. Уборку посуды и доставку продукции к столам осуществляют работники зала или потребители.

Вывод

Самый большой успех бара зависит от множества факторов. Расположение бара играет очень важную роль, но даже удачное место не гарантирует успех, если бар не нашел свою аудиторию. Именно на аудиторию следует ориентироваться,

создавая интерьер бара, планируя меню и уровень цен. Необходимо продумать, откуда узнают люди о заведении, как попадут в него, поедут ли специально, если он находится не по пути. Заинтересовать посетителей можно в первую очередь концепцией, идеей, которой проникнуты все уровни организации бара (название, интерьер, рекламно-информационная продукция, тип обслуживания) или предлагаемым ассортиментом блюд и напитков (безалкогольный бар, пивной ресторан).

Охарактеризовать барменскую специальность можно исходя из двух параметров - функционального и коммуникативного, то есть - умение приготовить качественный коктейль и навыки грамотного общения с клиентом. Что касается функциональных особенностей (если не принимать во внимания азы), то различают три основных вида: классический, фристайл и спидмиксинг.

Главная задача бармена это заинтересовать гостя своими вкусными напитками. Если гостя встретили идеально, то он будет возвращать снова и снова.

Заключение

На сегодняшний день бары имеют различные направления и могут быть посвящены одному виду напитков. Всё это сказывается и на оформлении интерьера, и на дизайне барной стойки.

Карта для коктейль-баров должна составляться профессиональными коктейль-мэйкерами и содержать эксклюзивные варианты напитков. Процесс приготовления должен быть отработан до мелочей, ведь от этого зависит престиж бара и, следовательно, количество заказов. В винных барах целесообразно предлагать различные сорта вин, в том числе коллекционные и эксклюзивные. В оформлении интерьера применяются мягкие тона, отделка деревом, мягкая мебель. Пивные бары, пожалуй, самая популярная на сегодняшний день концепция. Здесь можно хорошо отдохнуть, провести время в беседе. Барная карта состоит из разнообразных сортов пива, в основном, бочкового, и других алкогольных напитков. Меню включает в себя небольшое количество горячих и холодных закусок. Особняком стоят безалкогольные бары. Здесь приверженцы здорового образа жизни могут заказать различные молочные, фруктовые коктейли, а также чай и кофе. В качестве примера можно привести такие концепции, как: лаунж-бары, пул-бары, диско-бары, лобби-бары, сервис-бары. Все они отражают

определенное направление - в том числе и в дизайне, и имеют своих поклонников. Барные стойки изготавливают в соответствии со следующими стилями: хай-тек, классика, модерн, диско, кантри и др. Они могут быть самых различных форм: прямые, радиусные, криволинейные, комбинированные. Но если предприниматель хочет выделить свой бар, то стойку лучше изготовить на заказ, в этом случае можно быть точно уверенным в её неповторимости. Для того чтобы укомплектовать оборудованием бар, кроме самой барной стойки необходимо учесть такой фактор, как внутренние размеры, ведь оборудование должно войти внутрь, а, следовательно, быть компактным и эстетичным, но в то же время иметь достаточную производительность. Невозможно сегодня представить бар без кофемашин, соковыжималок, блендеров, миксеров, посудомоечных или стаканомоечных машин, ледогенераторов, холодильных шкафов, аппаратов для розлива пива или соков, тепловых витрин, которые сохраняют выпечку свежей, а закуски горячими, и многого другого. Важно учитывать, что правильный выбор стеклянной посуды - стаканов, рюмок, бокалов, - охарактеризует бар только с лучшей стороны.

В работе бармена незаменимыми будут такие аксессуары, как: специальные стаканчики-джиггеры, гейзеры для розлива напитков из бутылок, коктейльные ложки, дозаторы, щипцы для колки льда, ложки и многое другое.

Для оснащения туалетных комнат баров предусмотрено такое оборудование, как: диспенсеры для мыла, полотенце и бумаги, электросушители для рук.

Из всего вышесказанного я могу сделать вывод, что продуманная концепция бара, воплощённая в его оформлении вкупе с грамотным оснащением современным и надёжным оборудованием - залог успеха бара.

Список используемой литературы

1. Аронов А.М., Петров А.Н. «Диверсификация производства: теория и стратегия развития». – СПб.: «Лениздат», 2015. – 128 с.
2. Гольдштейн Г.Я. «Стратегический менеджмент».Т:«Скиф»,2016г.
3. «Организация обслуживания в предприятиях общественного питания». – 3-е изд., перераб. И доп. – К.: Высшая шк. Головное изд-во, 2015. – 280 с.

4. Богушева В.И. «Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: Учебное пособие» - 5-е изд. Перераб. И доп. - М. Феникс, 2016-416 с.
5. «Официант-бармен от А до Я». - Мн.: ООО «Харвест», 2015. - 224 с.
6. Рэй Фоли, Хезер Дизмор. «Как открыть бар». Изд., «Вильямс», 2016
7. Майкл Гарви, Хезер Дизмор, Эндрю Дизмор. «Ресторанный бизнес». Изд., Вильямс, 2015 - 16с.
8. «Организация обслуживания в предприятиях общественного питания». - 3-е изд. И доп. - К.: Высш. Шк. Головное изд-во, 2016. - 280 с.;
9. Богушева В.И. «Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: Учебное пособие» - 5-е изд. И доп. - М. Феникс, 2016 - 416 с.;
10. «Оборудование предприятий общественного питания». Гриф МО, Кащенко В.П. Изд.: Альфа, 2015 г.;
11. Е.С. Ороейко, Н.Г. Шредер «Организация обслуживания: рестораны и бары»: уч. Пособие, 2010 г.;
12. Богушева В.И. «Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров» Изд.: Феникс, 2011 г.
13. Филипповский Е.Е., Л.В. Шмарова. «Экономика и организация гостиничного хозяйства» 2013г. Учебное пособие.