

## Тема 8. Організація обслуговування відвідувачів у барі

### План

1. **Методи обслуговування відвідувачів у барі.**
2. **Зустріч відвідувачів та порядок приймання замовлення.**
3. **Підготовка продукції бару до реалізації.**

1. Методи обслуговування споживачів – це спосіб реалізації продукції ЗРГ. Розрізняють два методи обслуговування: обслуговування офіціантом, барменом, буфетником і самообслуговування.

Форма обслуговування споживачів – організаційний прийом, який є різновидом або поєднанням методів обслуговування.

Приклади форм обслуговування: реалізація кулінарної продукції через торгівельні автомати, за типом «шведського столу», відпуск комплектованих обідів та ін.

Види, методи та форми обслуговування на підприємствах залежать від місця вживання їжі, способу її отримання і доставки споживачам, ступеня участі персоналу в обслуговуванні та ін. Вибір найбільш раціональних видів обслуговування сприяє більш повному задоволенню попиту споживачів.

У барах застосовують різні методи обслуговування споживачів: самообслуговування, обслуговування офіціантами і комбіновані. Споживачі можуть випити коктейль біля барної стійки або перенести напої і різні вироби до обіднього столу (при самообслуговуванні), також замовити напій у офіціанта. У деяких випадках замовлений напій готують біля столика замовника. Для цієї мети служить спеціально обладнаний пересувний візок, яким при необхідності користується бармен. Зібраний зі столів використаний посуд офіціанти або збирачі посуду виносять на тацях.

У барі при ресторані коктейлі гостям, запрошеним на бенкет або прийом, подають в обнос.

При самообслуговуванні біля барної стійки споживачі розраховуються безпосередньо з барменом, при обслуговуванні офіціантами – з офіціантом наприкінці обслуговування.

**Нічний бар** працює із 20 годин вечора до 6 годин ранку. У залі встановлюють невеликі столи круглої або квадратної форми, зручні крісла або дивани.

Меблі розміщують з урахуванням конфігурації залу так, щоб частину його можна було використати для танців. У залі транслюється танцювальна музика. У зручному місці можна установити кольоровий телевізор, це дозволить бажаним подивитися цікаві телепередачі. Гостей у барі

обслуговують бармени і офіціанти. Розрахунок у барі може здійснюватися готівкою, чеками, кредитними картками.

**Бар при кегельбанах.** Кегельбани знаходяться при великому готельному комплексі або в окремому будинку. При них організують бари. Це може бути гриль-бар, коктейль-бар і деякі інші. Асортимент виробів відповідає спеціалізації бару. У торговому залі встановлюють столи з гігієнічним покриттям. Споживачів може обслуговувати бармен, але частіше застосовується самообслуговування. Посуд збирає збирач посуду.

**У молочному, винному, пивному барі** біля стійки споживачів обслуговують бармени, у торговому залі застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами. Молочний бар в основному працює в денні години.

**Прес – бар.** При проведенні змагань, з'їздів, конференцій представників преси обслуговують у прес – барі. Він може працювати за методом самообслуговування або з обслуговуванням офіціантами. Режим роботи підприємства залежить від розкладу проведення змагань, з'їздів, конференцій і погоджується з керівником прес-центру.

## **2. Зустріч відвідувачів та порядок приймання замовлення**

Дуже важливо добре зустріти гостя при вході до ресторану. При цьому обслуговуючому персоналу необхідно проявити всю свою майстерність, щоб у відвідувача склалося найсприятливіше враження про даний заклад. Якщо перша зустріч виявилася невдалою, то надалі буде дуже важко завоювати довіру гостя.

До прийому відвідувачів як бажаних гостей повинні бути готові в першу чергу ті, з ким вони зустрічаються: спочатку — швейцар і гардеробник, потім — метрдотель і офіціант, адже від цього у клієнтів складається перше враження про рівень обслуговування в даному закладі.

**Гардеробник** пропонує відвідувачам залишити в гардеробі разом з верхнім одягом великі сумки (портфелі), кейси-дипломати. Їх звичайно не беруть до столу. Якщо гість все-таки зробив це, то в таких випадках верхній одяг укладають на стілець, що знаходиться біля столика, але у жодному випадку не на спинку стільця. У гардероба чоловіки обслуговують жінок або цю функцію бере на себе гардеробник.

**Метрдотель** — це свого роду сполучна ланка між клієнтами і колективом працівників ресторану, котрі беруть участь в обслуговуванні. Метрдотель зобов'язаний зустріти відвідувачів біля дверей залу, провести їх до вибраного ними столу або самому вказати, які столи вільні і чи можна їх зайняти. При цьому метрдотель повинен проявити гостинність: привітати

тих, котрі прийшли, доброзичливо посміхнутися їм. Після цього слід запитати, чи не замовлений столик наперед. Якщо ні, то необхідно запропонувати на вибір декілька столиків. Запрошуючи гостей до столу, метрдотель йде попереду, вказуючи дорогу. Біля столу відвідувачів вітає офіціант, допомагаючи їм сісти, а потім пропонує меню.

Метрдотель повинен пам'ятати про одну важливу деталь: якщо гості самі вибрали собі стіл, то метрдотель йде вслід за ними, а якщо клієнти надали йому самому вибір місць для них, він йде попереду них.

У тих випадках, коли метрдотелю доводиться обслуговувати групу гостей, він питає, на скільки чоловік їм потрібен стіл, в якій частині залу вони хотіли б зайняти місця. Враховуючи їх побажання, він пропонує один або декілька столиків на вибір і запрошує пройти до них. При цьому показує найбільш зручний шлях у проходах між столами, а сам йде трохи попереду гостей.

Розсаджуючи відвідувачів, метрдотель (або бригадир офіціантів, або офіціант) може порадити, кому і де краще зайняти місце. При цьому необхідно керуватися певними правилами етикету:

- запрошуючи відвідувача сісти за стіл, необхідно висунути стілець;
- спочатку потрібно запропонувати місце за столом жінці, а потім чоловіку, причому жінка повинна сідати праворуч від чоловіка; чоловік звичайно займає місце на правому куті столу або навпроти жінки; сідати поряд не прийнято, наприклад, у німців, тоді як у французів та італійців вважається нормою;
- якщо відвідувач прийшов з жінкою, то метрдотель допомагає сісти чоловіку, оскільки жінці допоміг сісти її супутник;
- якщо гостей обслуговує офіціантка, то її послуги при їх розсадженні допускаються лише щодо відвідувачів літнього віку;
- якщо відвідувачі самостійно сіли за стіл, то не слід пересаджувати їх або пропонувати інші місця;
- пропонувати місця за столом, де вже сидять відвідувачі, можна тільки з відома останніх;
- не допускається пропонувати місця за столом, який не підготовлений до обслуговування (не прибрали використаний посуд, не виконали попередню сервіровку);
- постійним відвідувачам бажано пропонувати одні і ті ж улюблені ними місця;
- при ділових зустрічах гості займають місце відповідно до свого рангу і віку, при цьому розсадженням гостей займається відповідальна за зустріч

особа;

- принесені квіти слід помістити у вазу, яку треба поставити в центрі столу;

Після того, як відвідувачі зайняли свої місця, метрдотель або офіціант подає їм меню, щоб вони вибрали страви і напої.

При подачі меню відразу ж починаються переговори про замовлення. Спочатку можна запропонувати різноманітні види аперитивів, наявні в ресторані, або просто підвезти до столика візок з ними. Спиртне збуджує апетит гостей, допомагає скоротити їм час очікування і, крім того, дає можливість офіціанту прийняти додаткове замовлення.

Офіціанту необхідно запропонувати аперитив на вибір. Пропонуючи його, слід враховувати пору року, оскільки влітку прийнятніші свіжі слабоалкогольні фруктові напої, а взимку — ті з них, які містять багато алкоголю.

Запропонувавши меню, офіціант звертає увагу гостей на фірмові напої і відходить на деякий час убік, щоб дати можливість гостям ознайомитися з асортиментом страв. Після того, як гості ознайомилися з меню (папка закрита, відкладена убік), офіціант знов підходить до столу (краще з правого боку) і приймає замовлення.

Для надання кваліфікованої допомоги у виборі страв офіціант повинен знати:

- наявність у гарячому цеху вже приготовлених страв, що дозволить прискорити обслуговування відвідувачів;
- період часу, необхідний для приготування того чи іншого напою;
- характеристику напоїв, представлених в меню.

Закінчуючи прийом замовлення, офіціант може запропонувати каву або чай, після чого він повторює замовлення, щоб уникнути якої-небудь помилки, особливо в кількості замовлених порцій.

Під час замовлення офіціант стоїть прямо або злегка нахилившись вперед до відвідувача, тримаючи в руках блокнот; не рекомендується класти блокнот на стіл і на ньому проводити запис. Пронумеровані бланки рахунків у вигляді книжки в твердій обкладинці офіціант кладе на долоню лівої руки поверх складеного вчетверо ручника.

Певні вимоги пред'являються і до форми запису замовлення. Назви страв слід писати розбірливо, особливо — цін на кожен страву. Деякі скорочення в записі допускаються для того, щоб найменування кожної страви займало не більше одного рядка. Часто клієнт просить урахувати індивідуальні особливості його смаку в приготуванні тих або інших страв або

замінити соус чи гарнір. Офіціанту слід підкреслити або відмітити умовним значком найменування цих страв.

При прийомі замовлення можуть уточнюватися такі деталі, як: подавати ікру зернисту або паюсну, чи потрібно запропонувати до ікри вершкове масло. При замовленні спиртних напоїв уточнюють найменування, а також місце їх виготовлення (вино французьке, коньяк грузинський), а також при подачі карти вин цілеспрямовано порекомендуйте, який із спиртних напоїв вибрати до замовлених страв. Наприклад: «До устриць Вам краще всього замовити «Шаблі» або: «До філе судака я міг би порекомендувати Вам «Австралійський рислінг».

Корисна і презентація вин, організована закладом. На ній можуть бути дані оригінальні поради і рекомендації з асортименту.

Коли вино продегустовано, ввічливо поцікавтеся, чи не подати його на стіл. Проте слід виключити настирну пропозицію алкогольних напоїв. Особливу обережність слід проявляти при пропозиції алкогольних напоїв молодим людям, необхідно зуміти оцінити, чи не завдасть вам той або інший відвідувач прикроців. Чим коректніше ставиться заклад до рекомендації алкогольних напоїв, тим спокійніше пройде обслуговування.

При замовленні фруктів має значення їх кількість, а при замовленні кави — чорна або з молоком, при замовленні чаю — з лимоном або з вершками.

Існує неписане правило, згідно з яким офіціанту краще витратити одну-дві хвилини на уточнення замовлення, ніж потім розглядати претензії відвідувача. Тому до кожної страви офіціант дає коротку характеристику.

Прийом замовлення від відвідувача — це певною мірою і своєрідна реклама ресторану: офіціант повинен звернути увагу відвідувачів на наявність у меню фірмових страв і напоїв, підкреслити їх смакові якості.

Найбільш складний варіант — одночасний прийом замовлення у декількох відвідувачів, що замовляють страви та напої в індивідуальному порядку. До кожного з них офіціант повинен підійти і відкрити окремий рахунок. В цьому випадку напої, закуски і гарячі страви подають по можливості одночасно кожному з відвідувачів.

Активна робота з гостем при виборі меню допомагає якісно обслужити відвідувачів і навіть підвищити кількість проданих страв. Правильні рекомендації гарантують гостям максимум задоволення від відвідувань вашого закладу і забезпечують успіх в справах. Відпрацьована техніка дій при замовленні меню — потужний інструмент для встановлення оптимально вигідних для обох сторін умов співпраці.

У процесі замовлення з гостем необхідно вести діалог. Офіціанту

необхідно з'ясувати для себе ряд таких питань:

1. Подати сік з льодом або без нього?
2. Подати мінеральну воду з газом або без?

Техніка роботи з гостем не означає бажання красуватися знанням ресторанного етикету. Набагато більше значення має знання різноманітних страв, які відвідувач може замовити. Це допоможе встановити з ним довірчий контакт. Проте не кожен гість потребує порад, тому, якщо він поспішає, досить просто подякувати йому за зроблене замовлення. Так само слід вчинити, якщо йдеться про гостя, що вибирає багато страв і напоїв або, навпаки, вважає за краще обмежитися скромним вибором. У обох випадках гості будуть вдячні, якщо ви якісно виконаєте їхнє замовлення і врахуєте всі побажання.

Кожен відвідувач, з'являючись в ресторані чи барі, грає свою певну роль. Наприклад, гість може зображати гурмана, що розраховує на «фешенебельний бенкет». Інші гості, наприклад, підприємці, часто запрошують із собою друзів або колег по роботі і чекають від обслуговуючого персоналу, щоб до них зверталися як до головних осіб за столиком. Отже, з питаннями про те, які напої і страви гості замовлятимуть, слід звертатися саме до них. Якщо працівник сервісу спробує прийняти замовлення у кожного із запрошених гостей, він може викликати негативну реакцію, що зрештою приведе до втрати клієнта.

У будь-якому випадку, приймаючи замовлення за картою страв, вин чи барною картою, необхідно враховувати таке:

1. Знання потреб клієнта.
2. Знання психології людини.
3. Знання секретів своєї професії.
4. Знання своїх службових обов'язків.
5. Уміння застосовувати на ділі свої знання.
6. Уміння кваліфіковано прийняти замовлення.
7. Знання психології гостя при оформленні замовлення.
8. Бажання і вміння переконати клієнта.
9. Прагнення підтримати імідж закладу.

Тільки професійний підхід до прийому замовлення може дати позитивний результат.

Прийнявши замовлення, офіціант ще раз перевіряє, чи відповідає сервіровка столу замовленим стравам і напоям. За необхідності він доповнює сервіровку. Якщо, наприклад, замовлені відварна риба і біле столове вино, то додатково слід покласти рибний набір або залишити одну столову

виделку, поклавши її з правого боку від тарілки, оскільки столовий ніж у цьому випадку не буде потрібним. Потім ставлять чарку для білого вина, а решта чарок, якщо вони були на столі, можна прибрати, залишивши лише фужер, який, як правило, знаходиться на столі до кінця обіду або вечері.

Далі офіціант тактовно нагадує гостям, що закуски і чергові страви він може подати негайно, а замовлені страви будуть готові через 10-15 хвилин.

На завершення процесу замовлення необхідно уточнити сорт хліба, що подається, та інших випечених виробів. Якщо щось подається без замовлення, то про це теж треба повідомити відвідувача.

Після того, як замовлення зроблене, воно записується за певною формою на спеціальному бланку і негайно передається на виробництво.

При виконанні замовлення рекомендується така черговість обслуговування відвідувачів за столом:

- жінок обслуговувати раніше чоловіків;
- старших гостей раніше за молодих (виняток становлять маленькі діти, яких обслуговують у першу чергу);
- спочатку обслуговувати почесних гостей;
- запрошених осіб обслуговувати після основного гостя.

Вибір блюд за меню, їх послідовна рекомендація — дуже відповідальний момент, що вимагає від офіціанта високого професіоналізму. Він повинен, ґрунтуючись на комерційних інтересах свого закладу, старатися вгадати бажання відвідувача виконати його вимоги, записати його особливі побажання і вчасно подати замовлені страви та напої.

Працівник сервісу має старатися привертати до ресторану нових гостей. На них, до речі, можна перевірити свій професійний досвід, а також удосконалюватися в мистецтві обслуговування і надалі використовувати одержані навички.

## **Вказівки щодо успішного ведення переговорів по прийому замовлення**

### **Зовнішній вигляд**

Будь-який заклад дотримується твердих правил відносно робочого одягу. Проте і самим працівникам слід звернути увагу на те, як вони одягнені, причесані і взагалі який мають вигляд. У відвідувача ресторану складається і від цього враження про заклад в цілому.

### **Вітання гостей**

Підходити до гостя слід упевнено і цілеспрямовано. По можливості не чекати, поки він підійде першим. Або, що ще гірше, не примушувати його

чекати біля дверей, тому що гість за час очікування може зробити висновок, що він для вас нічого не означає. Ви дуже ризикуєте, якщо у гостя складеться негативне враження ще до того, як він увійшов до ресторану. Підходячи до відвідувача, подивіться на нього і посміхніться. Ваш контакт за принципом «очі в очі» — це сигнал для гостя, що засвідчує те, що ви виявили до нього цікавість. Першим привітайте його, особливо якщо він вам знайомий. Тим самим ви продемонструєте гостеві свою приязнь.

### **Процес переговорів**

Слід говорити спокійно і чітко. У стресових ситуаціях спробуйте цілком концентруватися на вашому гостеві і дивитися йому прямо в очі. У жодному випадку не відволікайтеся, переводячи погляд на інші столики, тому що відвідувач може подумати, що ви вважаєте за краще говорити не з ним, а з ким-небудь іншим. Боязливість, поспіх або нервозність — ваші вороги. Гість може подумати, що йому тут не раді. Необхідно звертатися до гостя по імені, прізвищу (в тому випадку, якщо ви їх знаєте). Тоді гість відчуває себе в центрі уваги. І пам'ятайте, що ввічливість — ваша головна зброя.

Не слід перенавантажувати гостей специфічними термінами. Вони можуть їх просто не зрозуміти або зрозуміти в негативному сенсі. Необхідно хоч би раз перевірити свій робочий словниковий запас при розмові з людьми, що не мають відношення до вашої спеціальності. Постарайтеся розмовляти з відвідувачами якомога зрозуміліше, немов підбираючи слова експромтом. При цьому не поспішайте, робіть паузи, щоб відчути себе впевненіше. Проте якщо гість відмітить, що пауза дуже затягнулася, то відчує неспокій. Для того, щоб бути у формі, необхідно, з одного боку, враховувати особливості ваших гостей, а з іншою — вміти правильно тлумачити їх.

### **Значення паузи**

Немає нічого кращого для дії слів на гостя, ніж вчасно зроблена пауза. Пауза, що виникає в кінці речення, може стати перешкодою лише в окремих випадках. Швидка безперервна мова може викликати у відвідувача відчуття, що ви хвилюєтеся. У такому разі виникає небезпека перебити гостя, а тому по можливості стежте за темпом вашої мови.

### **Поставте себе на місце гостя**

При переговорах з гостями під час вибору страв чи напоїв дуже важливо володіти ситуацією. Слід навчитися ставати на позицію гостя. Як правило, гість цікавиться тим, чого не знає і не розуміє. Спробуйте поставити себе на місце гостя, чекаючого вашого роз'яснення, і це допоможе вам вести бесіду.

### **Хвилювання**

Основна умова роботи обслуговуючого персоналу — спокій і



упевненість в собі. Для цього необхідно все знати про наявні продукти, а також вміст карт страв і напоїв.

Не потрібно боятися активно користуватися жестами і встановлювати з відвідувачами контакт «очі в очі». Слід бути також у всіх екстраординарних випадках спокійним. У жодному випадку не потрібно показати себе знервованим і неспокійним обслуговуючим персоналом.

### **Вибір власної позиції**

Обслуговуючий персонал повинен бути доброзичливим, попереджувальним і тактовним по відношенню до будь-якого відвідувача. Якщо відвідувач чимось незадоволений і висловлює це в різкому тоні, необхідно проявити особливу стриманість і постаратися погасити конфлікт усіма доступними способами. Врівноваженість, емоційна стійкість, спокій — якості, що визначають професійну придатність персоналу. Слід бути уважним і доброзичливим, не забувати частіше посміхатися.

### **Поведінка персоналу після зробленого замовлення**

Постарайтеся після зробленого замовлення не забути висловити своє задоволення. Голосно і виразно повторіть зроблене замовлення і отримайте підтвердження, а потім відправляйтеся виконувати свої посадові обов'язки.

Пам'ятайте — той, хто питає, той і грає вирішальну роль у переговорах.

Поставте пряме питання, яке обов'язково починалося б із слів «як», «що» або «який», з тим щоб відвідувач не міг відповісти просто «ні».

Якщо йдеться про ухвалення остаточного рішення, то ставте перед гостем такі альтернативні питання, які пропонували б йому більше можливостей вибору.

Користуйтеся пропозиціями, де б було присутнє слово «або», з тим щоб у відвідувача виникало відчуття, що він здатний ухвалити самостійне рішення.

Надайте гостеві можливість вибору, залишайте йому досить часу для ухвалення рішення.

Висловлюйтесь просто і ясно, особливу увагу приділяйте ввічливим формулюванням.

Частіше використовуйте слова «так», «зрозуміло», що показує готовність йти назустріч побажанням гостя.

Пам'ятайте, що за вами спостерігають, особливо всі добре бачать і чують самотні відвідувачі.

Набагато простіше вести переговори при замовленні, відчуваючи доброзичливе ставлення до вас гостей і сталу теплу атмосферу.

Пам'ятайте — позитивний торговий баланс підприємства безпосередньо залежить від гарного настрою кожного відвідувача.

### 3. Підготовка продукції бару до реалізації

Підготовка сировини, продукції і гарнірів, з якими бармен працює безпосередньо, включає в себе:

- підготовку та помел невеликої кількості кави;
- заміну, при необхідності, кега з пивом на кулері;
- перебирання, миття, обсушування і викладення в запас і на вітрину цитрусових, фруктів, ягід і тому подібного товару;
- попереднє розкриття тари;
- підготовку складних гарнірів, підготовку запасів льоду.

Кращі пляшки, коробки і інший товар виставляють на вітрину і пускають в поштучний продаж. Продукти в тарі з незначними дефектами відпускають на вагу і на розлив. Весь товар розташовують по групах, у відведених йому місцях даного бару. Всі напої уважно оглядають і протирають. Напої, що вимагають охолодження, ставлять у холодильник в першу чергу. Зайву тару та сміття від неї відразу забирають.

*Отримання кухонної продукції.* Швидкопсувну продукцію кухні отримують в останню чергу. Перевіривши продукцію і оформивши накладну або денний забірний лист, бармен доставляє її в бар. Далі вона розміщується в охолоджуваних і не охолоджуваних вітринах, на полицях і в шафах.