Doskonalenie
Kadr
Gospodarki

„Program szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych"

TURYSTYKA
wspólna sprawa

KURS BARMAŃSKI

KOMPONENT „Zarządzanie turystyką"

MATERIAŁY DLA UCZESTNIKÓW

POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Spis treści

Program szkolenia 5

WPROWADZENIE 9

PODSTAWY ZARZĄDZANIA BAREM 11
Organizacja i zarządzanie 11

TERMINOLOGIA I FUNKCJONOWANIE SPRZĘTU BAROWEGO 15
Przybory barmańskie 15
Szkło barowe 16
Sprzęt chłodniczy 16
Sprzęt zmywający 16
Sprzęt do parzenia kawy 17
Pozostały sprzęt barowy 17
Dodatkowe wyposażenie baru 17

TECHNIKI I PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY 23
Proces sprzedaży usług gastronomicznych 24
Psychologiczne aspekty pracy barmana 26

PODSTAWY SZTUKI KELNERSKIEJ 29
Rodzaje zakładów gastronomicznych 29
Wyposażenie sali konsumpcyjnej 31
Układ funkcjonalny zakładu gastronomicznego 36
Technika pracy w zakładach gastronomicznych 36
Technika obsługi konsumenta przy stole 37
Posiłki i potrawy – systematyka 43
Zachowanie w wypadku reklamacji 48

WSPÓŁPRACA INTERPERSONALNA 51

MIXOLOGIA 57
Aperitify 62
Napoje alkoholowe 66
Piwo 66
Wino 67
Miody pitne 72
Wódki 72
Whisky 73
Gin 75
Rum 75
Wina południowe 76

Cognac 77
Amatorskie napoje, aperitify i cocktaile 80
Techniki przygotowania i serwowania napojów mieszanych 82
Systemy podawania receptur 83

OBSŁUGA KOMPUTEROWYCH SYSTEMÓW BAROWYCH I KAS FISKALNYCH 109

LITERATURA 120

MATERIAŁY WARSZTATOWE 121
Załącznik nr 1 – Arkusz rozliczeniowy barmana 121
Załącznik nr 2 – Arkusz ubytków 122
Załącznik nr 3 - Arkusz kontrolny otwarcia i zamknięcia baru 123
Ćwiczenia I – Terminologia i funkcjonowanie sprzętu barmańskiego 125
Ćwiczenia II – Techniki i psychologia sprzedaży 125
Ćwiczenia III – Podstawy sztuki kelnerskiej 125
Ćwiczenia IV – Współpraca interpersonalna 126
Ćwiczenia V – Mixologia 126

PREZENTACJE 127

Program szkolenia

Dzień 1

Od-do	Czas trwania	Zagadnienie
09.00 – 10.30	20 minut 70 minut	**Rozpoczęcie szkolenia:** ❖ przedstawienie prowadzących; ❖ przedstawienie uczestników; ❖ przedstawienie celu i metodyki szkolenia; **Podstawy zarządzania barem:** ❖ organizacja i zarządzanie;
10.30 – 10.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
10.45 – 12.15	90 minut	**Podstawy zarządzania barem cd.** **Terminologia i funkcjonowanie sprzętu barowego:** ❖ przybory barmańskie; ❖ szkło barowe;
12.15 – 13.00	*45 minut*	*Przerwa obiadowa*
13.00 – 14.30	90 minut	**Terminologia i funkcjonowanie sprzętu barowego cd.:** ❖ sprzęt chłodniczy; ❖ sprzęt zmywający; ❖ sprzęt do parzenia kawy; ❖ pozostały sprzęt barowy; ❖ obowiązkowe wyposażenie baru; • ćwiczenia;
14.30 – 14.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
14.45 – 16.15	90 minut	**Techniki i psychologia sprzedaży:** ❖ proces sprzedaży usług gastronomicznych • ćwiczenia; **Podsumowanie pierwszego dnia zajęć.**

Dzień 2

Od-do	Czas trwania	Zagadnienie
09.00 – 10.30	90 minut	**Podstawy sztuki kelnerskiej:** ❖ rodzaje zakładów gastronomicznych; ❖ wyposażenie sali konsumpcyjnej;
10.30 – 10.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
10.45 – 12.15	90 minut	**Podstawy sztuki kelnerskiej cd.:** ❖ wyposażenie sali konsumpcyjnej cd. ❖ układ funkcjonalny zakładów gastronomicznych; ❖ technika pracy w zakładach gastronomicznych;
12.15 – 13.00	*45 minut*	*Przerwa obiadowa*
13.00 – 14.30	90 minut	**Podstawy sztuki kelnerskiej cd.:** ❖ technika pracy przy stole; • ćwiczenia; ❖ podstawowa wiedza o potrawach;
14.30 – 14.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
14.45 – 16.15	90 minut	**Współpraca interpersonalna.** • ćwiczenia; **Podsumowanie drugiego dnia zajęć.**

Dzień 3

Od-do	Czas trwania	Zagadnienie
09.00 – 10.30	90 minut	**Mixologia:** ❖ fizjologia mieszania napojów; ❖ dobór różnorodnych ingrediencji; ❖ właściwości składników;
10.30 – 10.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
10.45 – 12.15	90 minut	**Mixologia cd.:** ❖ grupy napojów; ❖ omówienie poszczególnych alkoholi;
12.15 – 13.00	*45 minut*	*Przerwa obiadowa*
13.00 – 14.30	90 minut	**Mixologia cd.:** ❖ przygotowanie drinków; • przykłady i ćwiczenia;
14.30 – 14.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
14.45 – 16.15	90 minut	**Mixologia cd.:** ❖ przygotowanie drinków; • przykłady i ćwiczenia; **Podsumowanie trzeciego dnia zajęć.**

Dzień 4

Od-do	Czas trwania	Zagadnienie
09.00 – 10.30	90 minut	**Mixologia cd.:** ❖ przygotowanie drinków; • przykłady i ćwiczenia;
10.30 – 10.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
10.45 – 12.15	90 minut	**Podstawowa wiedza o winach.**
12.15 – 13.00	*45 minut*	*Przerwa obiadowa*
13.00 – 14.30	90 minut	**Podstawowa wiedza o winach cd.**
14.30 – 14.45	*15 minut*	*Przerwa (kawa i herbata)*
14.45 – 16.15	90 minut	**Obsługa komputerowych systemów barowych:** ❖ rodzaje oprogramowania; ❖ administrowanie programów; ❖ rozliczenia barowe; **Podsumowanie i ocena zajęć.**

WPROWADZENIE

Zapisać się na szkolenie, kurs, a może podjąć pracę w zaprzyjaźnionym barze pod okiem dobrego znajomego? Od czego zacząć, gdzie, kiedy, jak i co wybrać? Postawić na zdobywanie doświadczenia, czy może wiedzę teoretyczną? Jedno jest pewne, same chęci nie wystarczą. Zdobywanie kolejnych doświadczeń to kroki przybliżające do celu. W dobie szybkich zmian na całym świecie czasu mamy niewiele, a zdobywanie doświadczenia to droga długa i niejednokrotnie bolesna. W tym miejscu należy pamiętać, że nie tylko na własnej skórze zbieramy bagaż doświadczeń. Niestety, część tych kosztów ponoszą także goście. **Gość** przychodzi, zamawia, płaci i siedzi cicho, a **barman** doświadcza. Niestety nie wszyscy klienci, a przede wszystkim właściciele lokali akceptują takie rozwiązanie. A może nauka przez obserwację? Być może jest to dobry pomysł, tyle, że mało realny. Niełatwo jest znaleźć się z najlepszymi po drugiej stronie lady barowej i to w czasie pracy. Jednocześnie jest to rzut na głęboką wodę. Trudno cokolwiek zaobserwować przy wzmożonym ruchu, kiedy jesteśmy świadomi braku swoich kompetencji i skutecznie opóźniamy szybkość obsługi naszych najlepszych klientów. Należy także rozpatrzeć sytuację reklamacji i zastanowić się, kto będzie winnym i poniesie odpowiedzialność. Musimy być świadomi tego, czego szukamy i oczekujemy, co jest rzeczywiście wartościowe i będzie procentowało w przyszłości, a co zupełnie niepotrzebne, szkodliwe, bezużyteczne i bezwartościowe.
Nie należy dreptać wkoło, bo to strata czasu i pieniędzy. Powinniśmy **jasno i starannie określić cel**, do którego zmierzamy, ponieważ tylko wtedy mamy szansę powodzenia i spełnienia swoich marzeń. Każdy ma prawo wyboru swojej własnej drogi dla osiągnięcia wyznaczonego celu. Drugim istotnym elementem, o którym musimy pamiętać, jest kwestia kosztów, które należy ponieść. Bardzo ważną kwestią jest to, aby **osiągnięte efekty były warte swojej ceny.**

Jeżeli praca w charakterze barmana jest tylko pomysłem na spędzenie wakacji, to najprościej obsługiwać rollbar z piwem. Cel w zasięgu ręki przy niskich kosztach i średnim zadowoleniu. Jeżeli praca za barem jest pomysłem na dłużej, potraktowanym poważnie, to warto zainwestować i nauczyć się czegoś więcej niż nalewania piwa z beczki.

Jasno określony cel, niestety wyższa cena, ale satysfakcja ogromna. Musimy tu wyraźnie powiedzieć, że każde szkolenie barmańskie, kurs, czy trening możemy potraktować jako niezbędny etap do osiągnięcia sukcesu w naszej karierze zawodowej. Bycie barmanem to dużo więcej niż umiejętność odróżniania brandy od koniaku. Dobrze jest, gdy barman zna tę różnicę. **Bycie barmanem to zaangażowanie, pasja, zamiłowanie do pracy**. W pracy za barem trzeba lubić ludzi, być ich ciekawym, otwartym i starać się ich zrozumieć. Posiadanie tych umiejętności jest bardzo ważne, a całej reszty można się nauczyć.

PODSTAWY ZARZĄDZANIA BAREM

Organizacja i zarządzanie

Prawie każdy z nas marzy o tym, aby być właścicielem dobrze prosperującej firmy. Dla wielu ludzi stworzenie prężnej firmy jest życiowym celem. Otóż w dzisiejszych czasach, w dobie dobrze rozwijającej się gospodarce rynkowej jest to możliwe i mamy duże możliwości realizacji naszych planów. Niezbędny jest dobry pomysł, trochę gotówki i marzenie staje się rzeczywistością.

W jaki sposób zbudować dobrą firmę, jakie cele musimy sobie wytyczyć, jakie mamy możliwości i predyspozycje?

Przedsiębiorstwo jest wyodrębnioną pod względem ekonomicznym i prawnym jednostką gospodarczą, która prowadzi działalność produkcyjną, handlową lub usługową w celu osiągnięcia zysku.

Podstawowym celem realizowanej inwestycji gastronomicznej jest możliwość wyprodukowania posiłków, które znajdą nabywcę oraz zapewnienie opłacalności. **Działalność baru nastawiona jest na obsługę drobnych indywidualnych klientów.** Nie wyklucza się organizacji przyjęć okolicznościowych dla zamkniętej grupy, takich jak wesela, komunie, stypy itd. Kluczowe znaczenie ma określenie czynników wpływających na popyt oraz na koszty produkcji.

Zaspokajanie potrzeb społeczeństwa pociąga za sobą konieczność utrzymywania różnego rodzaju instytucji, a w wśród nich barów.

Praca w barze wymaga odpowiedniego przygotowania:

- znajomości języków obcych,
- utrzymania standardów barowych,
- organizacji i techniki pracy.

Pracownik baru utrzymuje bezpośrednie kontakty z licznymi klientami krajowymi i zagranicznymi (gośćmi zatrzymującymi się w barze), przełożonymi oraz kolegami z pracy.

Stąd też jednym z elementów dobrego przygotowania zawodowego jest **wyrobienie odpowiedniej postawy moralnej.**

Obcowanie z ludźmi z różnych środowisk wymaga **wysokiej kultury osobistej**, która między innymi polega na okazywaniu szacunku dla drugiego człowieka, panowaniu nad swoimi emocjami oraz poszanowaniu cudzego czasu.

Czynnikiem decydującym o sprawnym działaniu baru jest właściwe zarządzanie, wynikające z uwarunkowań rynkowych oraz **osiągany zysk**, który jest celem prowadzonej działalności gospodarczej.

Zarządzanie
To osiąganie celów organizacyjnych, poprzez ukierunkowanie i skoncentrowanie wysiłków pracowników na ich realizacji oraz odpowiednie wykorzystanie dostępnych zasobów.

Planowanie
Planując, określamy strategię baru, definiujemy ją i na tej podstawie określamy cele, które są do zrealizowania w danym czasie. Następnie określamy zadania, które umożliwią realizację wcześniej zdefiniowanych celów.

Organizowanie
Organizując podejmujemy decyzję, w jaki sposób wykorzystamy dostępne zasoby (takie jak: lokalizacja, pieniądze, urządzenia i materiały) oraz określamy, kto najlepiej wykona zaplanowaną pracę oraz w jakim czasie.

Kierowanie
Kierując pracownikami, prowadzimy ich do zrealizowania ustalonych planów. Oznacza to, że aktywnie uczestniczymy w zgodnym z planem wykonaniu przez pracowników zadań.

Kontrolowanie
Kontrolując realizację pracy, sprawdzamy, czy to, co zostało zaplanowane, jest wykonane na odpowiednim poziomie, w odpowiedni sposób i w określonym czasie. Kontrola pomaga korygować działania i zadania.

Aby inwestycja odniosła sukces, musi przynosić zyski. Są one uzależnione od ilości osób, które postanowią skorzystać z usług baru. Dlatego też jednym z podstawowych celów jest właściwe zaplanowanie, organizacja reklamy i marketingu.

Reklama
Chcemy, aby lokal był uznany, miał swoją renomę i był rozpoznawalny na rynku – a do tego potrzebna jest nam dobra reklama.

Najtrafniejszą formą reklamy jest reklama bezpośrednia, gdyż najwięcej korzyści daje bezpośrednie docieranie do klientów.

Osiągniemy ten cel poprzez przygotowanie folderów, wizytówek, plakatów, ulotek i tablic informacyjnych. Rozprowadzaniem możemy zająć się sami poprzez osobiste kontakty z dużymi firmami czy biurami podróży. Poprzez pocztę wykorzystujemy naszą listę adresową.

Bardzo istotnym elementem reklamy jest **dobrze przygotowana strona internetowa** z możliwością dokonania rezerwacji stolików w naszym barze.

Dotarciem z reklamą o naszej działalności do najszerszych mas społecznych zajmie się popularny i chętnie słuchany program radiowy oraz znany program telewizyjny o dużej oglądalności.

Marketing
Istotne znaczenie ma określenie czynników wpływających na popyt oraz na koszty produkcji.

Ważnym działaniem marketingowym jest agresywna polityka cenowa.

Ceny niższe niż u konkurencji to ważny atut w walce o klienta.
O atrakcyjności naszej oferty cenowej świadczyć będzie sprzedaż usług pakietowych z zachowaniem elastyczności w negocjacjach cenowych i podejściem indywidualnym do każdego klienta. Promocje i programy lojalnościowe będą uzupełnieniem naszej oferty cenowej.

Dostawcy
Istotnym czynnikiem mającym wpływ na politykę cenową w barze, jest dobór odpowiednich firm dostarczających towary.

Przy wyborze firmy dostawczej będziemy brać pod uwagę jej ofertę, która powinna charakteryzować się:
- szerokim asortymentem towarów,
- niskimi cenami,
- stosowaniem rabatów,
- wykorzystywaniem odroczonych form płatności przy zakupach większych partii towarów,
- oferowaniem produktów posiadających certyfikaty świeżości,
- wysoką jakością dostarczanych produktów.

Pracownicy
Zarządzanie barem nie byłoby możliwe bez personelu (barmani, kelnerzy, kucharze).

Do obowiązków pracowników należy:
- obsługa klientów,
- dbałość o wyposażenie lokalu i powierzony sprzęt,
- właściwe rozliczenie się ze sprzedaży.

Zatrudniając personel mający doświadczenie w wykonywanej pracy (minimum 2 lata) na danym stanowisku, ze znajomością języka angielskiego, niemieckiego lub znajomością innych języków oraz z umiejętnością obsługi kasy fiskalnej, zapewnimy właściwy poziom świadczonych usług.

Pożądane cechy osobowości pracowników to:
- odpowiedzialność,
- solidność,
- punktualność,
- łatwość w nawiązywaniu kontaktów z klientami,
- takt.

Analiza
W kontekście poszczególnych etapów zarządzania barem **naszą silną stroną** jest:
- znajomość potrzeb klientów i świadomość, że podlegają one zmianom,
- szeroki asortyment (możliwość rozszerzania),
- przystępne ceny,
- możliwość wprowadzenia nowych metod sprzedaży (sprzedaż samoobsługowa),
- wysoka jakość oferowanych pozycji,
- wysoka jakość świadczonych usług,
- ciekawy wystrój wnętrza,
- elewacja zewnętrzna, okna wystawowe i szyld, które przyciągają uwagę przechodniów i zachęcają do wejścia,
- innowacyjność w korzystaniu z usług baru poprzez np.: utworzenie fun klubu,
- dobra lokalizacja,
- bezproblemowy dojazd środkami komunikacji miejskiej,
- wystawiony ogródek przed barem w sezonie letnim,
- istnienie parkingu w okolicy baru.

Reklama, promocje, wysoka jakość świadczonych usług oraz chęć poznania i doświadczenia czegoś nowego to czynniki, które decydują o zainteresowaniu potencjalnych klientów.

Wspaniały klimat wnętrza, dobra lokalizacja, wyśmienite menu z nutą ekstrawagancji i uprzejma, profesjonalna obsługa, przywiedzie do lokalu ludzi pełnych życia, energicznych, lecz niekoniecznie bogatych. Dużym atutem jest uprzyjemnianie czasu naszym klientom. Dyskretna muzyka w dzień i wieczory z muzyką na żywo.

Także ceny i udzielane przez bar rabaty będą zaskoczeniem dla naszych klientów.

Wyszukane i atrakcyjne menu dostępne dla każdego i na każdą kieszeń. Uprzejmy personel z uśmiechem wita przybywających gości, dając klientom możliwość spędzenia miło czasu w nastrojowym wnętrzu.

TERMINOLOGIA I FUNKCJONOWANIE SPRZĘTU BAROWEGO

Przybory barmańskie

- **Deseczka do krojenia** (najlepiej z rowkiem) z tworzywa sztucznego lub drewniana - służy do krojenia owoców lub innych dodatków barowych;
- **Wyciskacze do cytryn** – do wyciskania cytryny w cząstkach lub w połówkach;
- **Tarka** – do gałki muszkatołowej oraz owoców cytrusowych;
- **Miseczki** ze szkła lub stali nierdzewnej – do przetrzymywania owoców i przygotowanych z nich dekoracji;
- **Korkociąg lub trybuszon** – do otwierania butelek wina;
- **Otwieracze** do butelek i puszek;
- **Noże barowe** – o ząbkowanym ostrzu, zakończonym dwoma dużymi ząbkami do nadziewania kawałków owoców;
- **Nożyki barowe** – do ścinania skórek z owoców cytrusowych w formie makaronu lub twistu;
- **Łyżka barowa** – służy do mieszania napojów w szklanicy barmańskiej. Może służyć jako miarka również do odmierzania (poj. 5 ml) syropów, likierów i kremów. Z reguły trzonek łyżki barowej zakończony jest pogrubioną końcówką wykorzystywaną do rozgniatania liści mięty lub kostek cukru;
- **Mieszadełko barowe** – szczególnie przydatne do usuwania dwutlenku węgla z napojów gazowanych;
- **Sitko barowe** – do oddzielania napoju od lodu i pestek z owoców;
- **Szczypce** ze stali nierdzewnej – do lodu, owoców, plastrów owoców, dekoracji owocowych;
- **Tłuczek** do lodu metalowy lub drewniany – do rozkruszania lodu w kostkach;
- **Szklanica barmańska** – z reguły może być wykonana również ze stali nierdzewnej o pojemności do 1 litra, służy do przygotowywania mieszanin alkoholowych ze składników, które łatwo łączą się ze sobą;
- **Shaker** dwu- lub trzyczęściowy (z sitkiem) – służy do mieszania i schładzania trudno łączących się składników metodą wstrząsową. Składniki trudno łączące się to: śmietana, mleko, syropy, soki owocowe, żółtko jaja;
- **Miarki barowe** ze stali nierdzewnej - do odmierzania odpowiednich porcji napojów. Najczęściej używane są miarki o pojemności 20 ml, 40 ml, i 80 ml;
- **Pojemniki -** do przechowywania kostek lodu (termoizolacyjne) najczęściej plastikowe;
- **Pojemniki -** do chłodzenia butelek obłożonych lodem (wódki, wina białe, wina musujące itp.);
- **Korki -** do korkowania butelek z winem musującym;
- **Szpadki koktajlowe** plastikowe, drewniane lub ze stali nierdzewnej - do nadziewania marasek, oliwek, cebulek koktajlowych, spinania dekoracji owocowych;
- **Słomki do napoi** (rurki) kolorowe, różnej długości i wielkości są dekoracją i ułatwiają picie napoi z lodem i owocami.

Szkło barowe

Podstawowe typy kieliszków i szklanek nieodzowne w każdym barze to:

- **Karafki** szklane – służą do serwowania soków owocowych i napojów typu milkshake;
- **Szklanki typu tumbler** o grubym dnie i różnej pojemności;
- **Małe szklanki typu tumbler** o poj. do 160 ml – do serwowania soków owocowych i warzywnych, napojów typu sour np. wódka sour;
- **Średnie szklanki typu tumbler** o poj. do 200 ml – do serwowania napoi typu fizz czy egg-nog;
- **Szklanice typu highball** o poj. około 280 ml – do serwowania long drinków jak „Gin and tonic" czy „Cuba Libre";
- **Old-fashioned** – to szeroka i przysadzista szklanka typu tumbler do podawania napojów„on the rocks";
- **Kieliszki do szampana** w kształcie kłosa lub tulipana – do podawania również koktajli i aperitifów zawierających szampana lub wino musujące;
- **Kieliszki do koniaku** w kształcie bakałki – do podawania napojów typu crusta i napojów z tłuczonym lodem;
- **Kieliszki koktajlowe** w kształcie stożka o poj. 50-70 ml – do podawania koktajli schłodzonych, ale bez lodu jak Martini cocktail, Manhattan;
- **Kieliszki typu cobler** w kształcie czarki – do podawania napoi mieszanych, long drinków uzupełnianych wodą sodową lub winem musującym;
- **Szklanki do long drinków** o poj. do 300 ml – służą do podawania różnych rodzajów napoi bezalkoholowych i alkoholowych typu fancy drinks;
- **Małe kieliszki likierowe** – do podawania likierów, win deserowych, czasami brandy w kształcie tulipana;
- **Szklanki typu bowl** – najczęściej z uszkiem na małej nóżce;
- **Szklanki ze szkła żaroodpornego -** do serwowania ponczu, grogu, grzanego wina;
- **Kieliszki do wina** białego, wina czerwonego;
- **Kieliszki do wódki;**
- **Szklanki do piwa;**
- **Goblety lub kufle do piwa;**
- **Szkło fantazyjne** o różnych kształtach i wielkościach – do podawania zarówno short i long drinków.

Sprzęt chłodniczy

- **Szuflady chłodnicze -** do schładzania napojów bezalkoholowych w butelkach;
- **Szuflady -** do schładzania kieliszków;
- **Szafy chłodnicze** - do przechowywania soków owocowych, owoców świeżych, warzyw, dodatków do drinków;
- **Chłodziarko-zamrażarka** - do głębokiego schładzania wódek czystych;
- **Kostkarki** - do lodu konsumpcyjnego.

Sprzęt zmywający

- **Zmywarka -** do szkła;
- **Zmywarka -** do zastawy stołowej i porcelany;
- Zlewozmywak podręczny;
- **Urządzenie do mycia szklanic** lub gobletów do piwa (nieobowiązkowe);
- Umywalka.

Sprzęt do parzenia kawy

- **Ekspres ciśnieniowy do kawy** - do przygotowywania naparów kawowych;
- **Młynek** - do mielenia kawy ziarnistej;
- **Miarki dozujące** gramaturę surowca (kawa espresso, podwójne espresso);
- **Ubijak -** do kawy w naparzaczu;
- Kubek ze stali nierdzewnej - do spieniania mleka.

Pozostały sprzęt barowy

- **Wyciskarka -** do owoców cytrusowych;
- **Kruszarka -** do lodu konsumpcyjnego, elektryczna;
- **Blender elektryczny** - do przygotowywania shake'ów;
- **Przelewowy ekspres -** do kawy.

Dodatkowe wyposażenie baru

/Bardzo użyteczne dla potrzeb gości/

- plan miasta,
- prasa codzienna,
- informatory kulturalne i turystyczne,
- apteczka,
- zapałki,
- notatniki i ołówki dla klientów,
- receptury,
- cenniki,
- zegar wskazujący dokładny czas.

Sprzęt gastronomiczny barowy	Nazwa	Pojemność w litrach
	Shaker	**0,5** **0,7**
	Sitko barmańskie	

Łyżka barmańska

Szczypce do lodu

Miarka do alkoholu

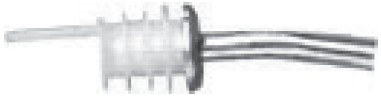
20-40ml
25-50ml
30-50 ml

Wiaderko do szampana

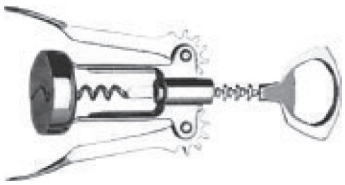
Podstawka pod wiaderko

Pojemnik do kostek lodu termoizolacyjny z pokrywką i szczypcami

Dozownik do alkoholi



Korek z rurką jako nalewak do alkoholi



Korkociąg barmański do otwierania win

Shaker elektryczny - blender do miksowania napoi

Shaker elektryczny podwójny

Blender pojedynczy do miksowania napoi

Kostkarki do produkcji lodu konsumpcyjnego /różnej wielkości i mocy/

Wyciskarka do wyciskania soków z owoców cytrusowych

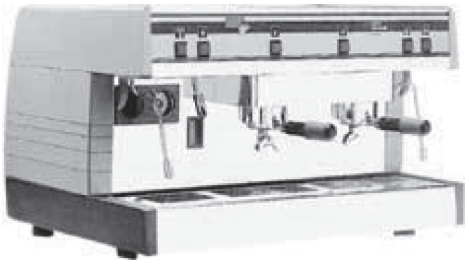
Wyciskarka do wciskania soków z cytrusów z dociskiem - automatyczna

Kruszarka do lodu elektryczna docisk ręczny, do otrzymywania śniegu lodowego

Zmywarki gastronomiczne z wyparzaniem
Małej i dużej mocy do mycia szkła i porcelany

Ekspresy do kawy ciśnieniowe do przygotowywania naparów kawowych

Ekspres do kawy półautomatyczny 1-grupowy



Ekspres ciśnieniowy półautomatyczny dwugrupowy

Ekspres ciśnieniowy elektroniczny dwugrupowy

Młynek do kawy elektryczny z miarką dozującą i łyżką ubijaka kawy zmielonej	**Przelewowy ekspres do kawy z filtrem**	**Podwójny przelewowy ekspres do kawy z filtrem**

Termos konferencyjny do kawy lub herbaty z pompką

TECHNIKI I PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY

Coraz częściej zdarza się, że produkty tej samej kategorii promowane przez przedstawicieli handlowych konkurencyjnych firm niewiele się między sobą różnią, a już na pewno przez klientów różnice są postrzegane jako niewielkie.

Nie wdając się zbytnio w szczegóły: **produkt jest ważny i jego jakość nie powinna ustępować jakości produktu konkurencji**. Tym jednak, co zadecyduje o przyjęciu lub odrzuceniu naszej propozycji będzie pomysł, komu i jak sprzedać oraz jakość kreowanego przez nas procesu sprzedaży - w tym **nasza relacja z klientem**.

Pamiętaj!
Sprzedaż to walka na jakość percepcji, nie na jakość produktów. Im wcześniej to zrozumiesz, tym więcej zyskasz.

Musimy nauczyć się wiele o ludziach: o tym jak postępować z ich uczuciami, jak budować zaufanie do siebie i firmy, jak zmieniać ich opinie i postawy, jak nakłaniać ich do zmiany swojego postępowania, nie wywołując w nich oporu i niechęci.
Kevin Hogan w swojej książce pt. „Psychologia perswazji. Strategie i techniki wywierania wpływu" przedstawił **cztery główne typy osobowości**.

Typ Analityczny
To człowiek podchodzący do wszystkiego w sposób niezwykle racjonalny, jest dobry w rozwiązywaniu problemów, dobrze radzi sobie z liczbami, działa bez pośpiechu, decyzje podejmuje po namyśle, nie ujawnia swoich uczuć ani słabości.

Typ człowieka, dla którego stany emocjonalne innych ludzi są niezrozumiałe, nie będzie słuchał ludzi wybuchowych, u których emocje biorą górę nad rozwagą. Natomiast chętnie słucha ludzi, którzy temat rozmowy przemyśleli jeszcze przed jej rozpoczęciem.

Typ Sympatyczny
To człowiek kierujący się emocjami, raczej cichy, wrażliwy, potrzebuje dużo czasu na podjęcie decyzji i zazwyczaj czyjejś aprobaty. Bardzo dobry opiekun, lubi zajmować się ludźmi. Taka osoba będzie słuchała ludzi, którzy dbają o samopoczucie własne i swego rozmówcy, osoby takie łatwo urazić.

Typ Towarzyski
Osoba szybko podejmująca decyzje, dużo mówiąca czasami zapomina, że inni też chcieliby coś powiedzieć, stara się zyskać szacunek i akceptację innych.

Takiej osobie należy z pasją przedstawić swój punkt widzenia, gdyż w przeciwnym razie nie przyzna nam racji. Aby to zrobić, musimy najpierw wysłuchać, co ta osoba ma do powiedzenia.

Typ Przywódczy
Osoba szybko podejmująca decyzje, bezpośrednia w kontaktach z ludźmi, koncentruje się na rezultatach działań. Osoba, która dowodzi innymi, nie lubi popełniać błędów, szybko dokonuje osądów.

W rozmowie z taką osobą musisz dać jej odczuć, jak cenny jest jej czas. Mów zwięźle, treściwie i na temat.

Proces sprzedaży usług gastronomicznych

Proces sprzedaży usług gastronomicznych polega na:
- przygotowaniu,
- poszukiwaniu klientów,
- prezentacji,
- odpieraniu zarzutów,
- zawarciu transakcji.

Przygotowanie
To poznanie produktu, przedsiębiorstwa i klienta. Innymi słowy, sprzedawca najlepiej sprzedaje to, co najlepiej zna.

Dobry sprzedawca to:
- dobry słuchacz o starannym wyglądzie z solidną wiedzą zawodową,
- człowiek kontaktowy, punktualny, niezawodny, konsekwentnie dążący do wytyczonego celu,
- człowiek o pozytywnym nastawieniu.

Wiedzę o usługach gastronomicznych można znaleźć w materiałach reklamowych, folderach, ulotkach, w Internecie oraz z własnych doświadczeń i obserwacji najlepszych pracowników obsługi przedsiębiorstw konkurencyjnych.

Znajomość usług pozwala nabrać pewności siebie, co dobrze wpływa na klienta.

Istotną rzeczą jest, aby taką wiedzę posiadał każdy pracownik mający kontakt z klientem (historia, atuty przedsiębiorstwa na tle konkurencji, pozycja w regionie, segmentach rynku, lokalizacja własna i innych przedsiębiorstw, szybki serwis, procedury reklamacji, czas rezerwacji, wygląd lokalu, gwarancja jakości, silne strony w porównaniu z innymi).

Znajomość klienta – czy potrafimy spojrzeć na produkt z jego punktu widzenia, do czego przywiązuje wagę, czy korzysta z promocji, nowości, poprośmy go o zgłaszanie uwag, o ile korzystał z naszych usług. Powinniśmy wiedzieć, jakie ma upodobania, preferencje i jakie napotyka problemy.

Powinniśmy pamiętać, że klient niezadowolony wskaże nam to, co powinniśmy naprawić.

Przygotowanie sprzedaży polega również na znajomości nie tylko własnych cen, ale i cen konkurencji. Należy znaleźć odpowiedź na wszystkie ewentualne pytania, jakie może zadać nam klient. Musimy dać klientom to, czego chcą w obrębie prowadzonej przez nas działalności i wiedzieć, jak poprawić tę działalność.

Poszukiwanie klientów
Poszukiwanie klientów prowadzimy bez przerwy, aby móc skierować do nich naszą ofertę sprzedaży. Musimy trafiać do ludzi, którzy mogą skorzystać z naszych usług. Skutecznym sposobem poszukiwania jest **metoda wybiórcza**.

Przykładowe źródła:
- komputerowe bazy danych,
- katalogi branżowe,
- dane zrzeszeń branżowych,
- Internet,
- czasopisma branżowe,
- publikacje branżowe,
- śledzenie konkurencji,
- ogłoszenia w prasie lokalnej i ogólnokrajowej.

Prezentacja
Prezentacja usługi jest to etap, w którym dochodzi do kontaktu z klientem. Najlepszą metodą jest przedstawienie ogólnej charakterystyki, a następnie podanie jej w łatwej do zapamiętania formie.

Całą prezentację podzielimy na cztery kroki:
- kwalifikacja (potrzeby, doświadczenie klienta, cel),
- wskazanie korzyści wynikających z korzystania z naszych usług,
- osiągnięcie porozumienia,
- zachęta do złożenia zamówienia.

Podczas prezentacji, należy podkreślić **korzyści dla klienta** i mające dla niego znaczenie. Zawsze starajmy się dojść do porozumienia: *„Jeżeli wybierze Pan naszą ofertę, to powitalny aperitif będzie na koszt firmy"*. Gdy klient nie może się zdecydować, powinniśmy wysłać mu dodatkowe informacje, broszury, rekomendacje.

Odpieranie zarzutów
Odpieranie zarzutów dokonujemy poprzez podkreślanie jakości, porównanie z droższymi wariantami, oferujemy kompleksowość naszych usług, powołujemy się na innych naszych klientów.

Zastrzeżenia należy powtórzyć, przeformatować i zamortyzować: *„Rozumiem Pani uwagi, następnym razem na Pani prośbę napój na pewno zostanie przygotowany ze świeżych owoców, jednocześnie chcemy wyjść naprzeciw Pani oczekiwaniom i proponujemy kartę stałego klienta z 10% rabatem".*

Odpowiadając na wszelkiego rodzaju zastrzeżenia formowane przez klientów, możemy posługiwać się wieloma metodami argumentacji takimi jak:
- metoda „Tak-Ale",
- metoda „Wady-Zalety",
- metoda uprzedzenia,
- pytania retoryczne,
- metoda dochodzenia małymi krokami.

Żadnej rozmowy nie należy rozpoczynać od „NIE"; bez znaczenia, czy jest to rozmowa bezpośrednia, czy też telefoniczna, lub pismo urzędowe.

Zawarcie transakcji
Zawieranie transakcji możemy finalizować kilkoma sposobami:
- najwłaściwszym podejściem jest pytanie o dokonanie zamówienia bądź zapytanie, *„jakich jeszcze informacji możemy udzielić, aby Państwo mogli skorzystać z naszych usług";*
- podobnym pytaniem finalizującym jest pytanie dające wybór klientom, *„który z proponowanych wariantów bardziej Państwu odpowiada";*

- innym sposobem finalizacji sprzedaży jest zachęta do próbnego skorzystania z naszych usług, jak również przedstawienie propozycji otrzymania zniżki w zamian za skorzystanie z oferty w określonym czasie.

Zamknięcie sprzedaży następuje w momencie, gdy:
- klient zadaje pytanie dotyczące warunków,
- klient stwierdza, że mu się podoba,
- klient zgadza się w kluczowych sprawach,
- klient zadaje pytania dotyczące szczegółów,
- zaproponujemy klientowi kilka wariantów i poprosimy o dokonanie wyboru,
- podamy klientowi faks lub mail, pod który dokona rezerwacji,
- przekonaniem klienta do złożenia rezerwacji,
- sprawdzeniem danych klienta potrzebnych do złożenia rezerwacji;

Finalizując zawieranie transakcji jesteśmy zobligowani do podziękowania klientowi za trafny wybór i dokonanie rezerwacji.

Psychologiczne aspekty pracy barmana

Dobre efekty pracy za barem, to wynik **ciężkiej pracy, talentu i doświadczenia**. Dzisiejszy barman musi **odgadywać potrzeby gości**, musi **dostarczać odpowiednie produkty i usługi** w celu ich zaspokojenia. Może tu chodzić o dotrzymanie towarzystwa, rozrywkę lub przygotowywanie nowych drinków.

Gość musi otrzymać produkt o odpowiedniej jakości i cenie, a barman dzięki swojej efektywności zwiększa sprzedaż w barze.

Ważnym elementem sprzedaży jest **sprzedaż wiązana**, na przykład goście zamówili kawę i herbatę, a barman poleca im dodatkowo ciasta, torty, świeże owoce. Ofertę swoją może uzupełnić o napoje bezalkoholowe i alkoholowe, np. kawę dobrze jest popijać wodą mineralną, przez co wyraźniej wyczuwamy jej smak.

W innym przypadku zastosujemy **sprzedaż progresywną**, goście zamawiają whisky, barman sprzedaje im markę specjalnej jakości. Proponuje produkt z wyższej półki, dzięki temu klient jest zadowolony, a obroty rosną.

Elementem **sprzedaży sugestywnej** może być sprzedaż koktajli na przykład na bazie ginu poprzez przedstawienie obrazu tego produktu, jego zalet i walorów smakowych w proponowanych drinkach.

Dlatego też, każdy **barman winien być psychologiem** i wiedzieć jak przedstawić właściwe propozycje gościom w odpowiednim czasie. Nawet, jeżeli gość przyszedł, aby pobyć z ludźmi, możesz go zabawić, ale trzeba to robić zawsze z rozwagą, wyczuciem i umiarem. Goście mają różne potrzeby, należy wiedzieć, kiedy możemy z nimi tylko porozmawiać, a kiedy musimy oczarować ich swoją osobowością.

Efektywność pracy barmana polega na prawidłowej organizacji pracy, pozwalającej poświęcić gościom jak najwięcej czasu. Swoim profesjonalizmem barman zdobywa zaufanie gości, co sprawia, że z baru goście wychodzą zadowoleni i ponownie do niego wrócą. A być może przyprowadzą ze sobą znajomych?

W momencie wejścia gości do baru, następuje proces sprzedaży pod warunkiem, że dostrzegamy w naszych klientach potencjalnych nabywców produktów naszych usług. Witamy wchodzącego gościa i sprawiamy by poczuł się swobodnie. Wskazujemy miejsce

i podajemy kartę menu, jednocześnie polecając naszą specjalność. W tym momencie powinniśmy poinformować gościa o naszych promocjach lub specjalnych cenach, na przykład happy hour. Przyjmując zamówienie, używamy odpowiednich technik sprzedaży, np. opisowe słownictwo, sugestywne stwierdzenia, sprzedaż wiązana. Lepiej jest zaproponować świeże owoce lub zimną wodę mineralną niż owoce i wodę. Zawsze pomagamy gościom w wyborze, bez narażania ich na zbędne wydatki. Goście składając zamówienie muszą być przekonani o podjęciu właściwej decyzji. Po przyjęciu zamówienia realizujemy je. Przygotowujemy napoje, drinki, pamiętając o kolejności – pierwsze przygotowujemy napoje zimne, drugie przygotowujemy drinki, a jako ostatnie przygotowujemy napoje gorące. Podając zamówienie, robimy to zawsze z uśmiechem - tylko w ten sposób przełamiemy pierwsze lody. Przez cały czas pobytu gościa w barze powinniśmy kontrolować sytuację, być w kontakcie wzrokowym i w razie potrzeby realizować następne zamówienie. Sprzątając puste szkło, naczynia, efektywny barman zawsze spyta czy gość życzy sobie następnego drinka. Przez cały czas gość jest dla nas najważniejszy. Żegnając gościa, dziękujemy za odwiedzenie baru i zapraszamy do złożenia następnej wizyty.

Pierwszy raz gość przychodzi do baru, a drugi raz już do barmana.

Barman w pracy wykorzystuje swoją wiedzę, zna poszczególne alkohole, ich cechy, smak, barwę. Wie, co się z czym łączy dobrze, a co źle. Przygotowanie drinków polega na tym, żeby ten drink zawsze i wszędzie wyglądał i smakował tak samo. Ważne w pracy jest to, aby stanowisko za barem było zawsze w nienagannej czystości, sprzęt po użyciu powinien być czysty i położony na tym samym miejscu, a butelki z alkoholem odstawione na właściwe półki. Należy pamiętać, że pracuje się zespołowo. Dobra praca zespołowa to kwestia logiki. Łatwiej jednemu barmanowi przygotować dwa takie same drinki, niż dwóm przygotować po jednym. Efektywny barman posiada umiejętność realizowania więcej niż jednego zamówienia. Profesjonalnie przygotowany barman potrafi wykorzystać swoją wiedzę i umiejętności zawodowe, jest nowoczesnym handlowcem potrafiącym w dobrym stylu wszystko zaoferować i sprzedać.

Mówi się, że za barem może pracować każdy, ale nie każdy będzie dobrym barmanem.

Natomiast, jeśli naprawdę będziesz zaangażowany, masz talent, nie boisz się ciężkiej pracy i będziesz tego chciał, na pewno opanujesz sztukę pracy za barem.

PODSTAWY SZTUKI KELNERSKIEJ

Z uwagi na rosnące oczekiwania gości zakładów gastronomicznych oraz rozwijającą się konkurencję, istotną sprawą jest szkolenie z zakresu technik sprzedaży i obsługi gościa od momentu jego wejścia, do ostatniej chwili spędzonej przez niego w restauracji. Niezależnie od zmieniających się i różniących się między sobą standardów, podstawy są ciągle te same. Najważniejsze powody, dla których gość wybierze tę, a nie inną restaurację to:

- dobra kuchnia,
- smaczne i godne polecenia dania,
- miła atmosfera tworzona przez obsługę,
- wygoda gościa,
- sposób obsługi,
- dyskretne zachowania kompetentnych kelnerów podkreślające relacje między nimi a gościem,
- jakość świadczonej obsługi.

Rodzaje zakładów gastronomicznych

Podstawowy podział zakładów gastronomicznych dotyczy dostępności lokalu dla klienta chcącego skorzystać z usługi gastronomicznej.

Zakłady gastronomiczne sieci otwartej

Do kategorii lokali gastronomicznych sieci otwartej (ogólnodostępnej) zaliczamy wszelkiego rodzaju obiekty, do których klient zainteresowany świadczonymi tam usługami ma bezpośredni, niczym nieutrudniony dostęp. Ze względu na zakres świadczonych usług, lokale te dzielimy na trzy grupy.

- **Zakłady gastronomiczne typu żywieniowego**

Zakłady te mają możliwość prowadzenia działalności gastronomicznej w pełnym zakresie. W zależności od powierzchni lokalu i wyposażenia w sprzęt techniczny zakłady gastronomiczne mają różne możliwości produkcyjne i usługowe. Zaliczamy do nich:

- **Restauracje** – zakłady gastronomiczne o zróżnicowanym zakresie prowadzonej działalności, z obsługą kelnerską, o szerokim asortymencie produkowanych potraw i serwowanych napojów. Podstawę stanowią potrawy w większości przyrządzane na indywidualne zamówienie klienta, choć mogą być podawane również dania gotowe – wcześniej sporządzone (obsługa grup np. turystycznych). W restauracji podaje się również napoje zimne i gorące, bezalkoholowe i alkoholowe, w tym alkohol wysokoprocentowy, wyroby ciastkarskie i cukiernicze. Restauracje mogą prowadzić też usługi dodatkowe tj.: organizacja przyjęć i bankietów, żywienie grup zorganizowanych, catering, sprzedaż wyrobów kulinarnych i cukierniczych do konsumpcji poza lokalem, działalność rozrywkowa i kulturalno-oświatowa;
- **Jadłodajnie** – zakłady gastronomiczne żywienia masowego z obsługą kelnerską, w których nie podaje się wyrobów alkoholowych wysokoprocentowych. Sprzedaż obejmuje gamę potraw wcześniej przyrządzonych wchodzących w skład posiłków całodziennych. Asortyment uzupełniający serwowanych potraw stanowią wyroby

ciastkarsko-cukiernicze oraz napoje zimne i gorące bezalkoholowe i alkohole niskoprocentowe;

- **Bary restauracyjne** – zakłady gastronomiczne nie posiadające pełnych możliwości produkcyjnych takich jak w restauracji, posiadające obsługę kelnerską. Podstawą działalności jest serwowanie potraw wytwarzanych z półfabrykatów lub potraw podgrzewanych przyrządzonych w innym lokalu współpracującym na zasadach kooperanta. Napoje serwowane są tak jak w restauracji, w pełnym asortymencie. Bary restauracyjne mogą świadczyć usługi dodatkowe w pełnym zakresie, jednakże w oparciu o zasady niewykraczające poza możliwości produkcyjne obiektu;
- **Samoobsługowe bary szybkiej obsługi** – zakłady gastronomiczne masowego żywienia o dużej rotacji konsumentów. Nie posiadają obsługi kelnerskiej. Podstawę działalności stanowią posiłki przygotowane wcześniej i będące składnikiem posiłków całodziennych. Są to potrawy najczęściej typu barowego – zimne przekąski, dania gorące i desery. W barach typu BSO nie podaje się napojów alkoholowych zawierających powyżej 4,5% alkoholu;
- **Samoobsługowe bary przekąskowe** – zakłady gastronomiczne masowego żywienia świadczące usługi w ograniczonym zakresie, nie posiadają obsługi kelnerskiej. Podstawą działalności jest serwowanie kanapek, sałatek w dużym wyborze oraz jednej lub kilku zakąsek gorących typu barowego podawanych z pieczywem. W minibarach nie podaje się napojów alkoholowych, a jedynie zimne i gorące napoje bezalkoholowe oraz wyroby cukiernicze;
- **Samoobsługowe bary uniwersalne** – samoobsługowe zakłady gastronomiczne, w których podstawą działalności jest serwowanie potraw przygotowywanych na indywidualne zamówienie tak jak w restauracji, jak również potraw typu barowego, wcześniej przygotowanych. Podawanie napojów zimnych i gorących bezalkoholowych i alkoholowych odbywa się jak w restauracji;
- **Bary Bistro** – zakłady gastronomiczne świadczące usługi na wysokim poziomie, posiadające obsługę bufetowo-kelnerską. Podstawą sprzedaży jest specjalnie wyselekcjonowany wąski asortyment zakąsek i dań gorących. Asortyment uzupełniający stanowią napoje zimne i gorące bezalkoholowe i alkohole w pełnym asortymencie.

❖ **Zakłady gastronomiczne typu uzupełniającego**

Obiekty tego typu prowadzą dosyć wąską, ale wysoce wyspecjalizowaną działalność. Warunki lokalowo-techniczne i sprzętowe zabezpieczają potrzeby lokalu do prowadzenia takiej działalności. Zaliczamy do nich:

- **Kawiarnie** – bardzo wyspecjalizowane zakłady gastronomiczne posiadające obsługę kelnerską. Podstawę działalności stanowi sprzedaż kawy w bardzo szerokim asortymencie oraz innych napojów zimnych i gorących, również alkoholi oraz wyrobów cukierniczych i ciastkarskich. Często podaje się nieliczne zakąski zimne i gorące;
- **Herbaciarnie** – wysoce wyspecjalizowany zakład gastronomiczny, taki jak kawiarnia, z różnicą polegającą na rodzaju produktu stanowiącego podstawę działalności, którym jest herbata i jej pochodne;
- **Cukiernie** – zakład gastronomiczny o specjalistycznym asortymencie i charakterze działalności, posiadający obsługę kelnerską. Podstawowy asortyment sprzedażowy stanowią wyroby cukiernicze, ciastkarskie, desery oraz napoje zimne i gorące wraz z asortymentem alkoholi;
- **Winiarnie** – wyspecjalizowany zakład gastronomiczny posiadający obsługę kelnerską. Podstawę działalności stanowi sprzedaż win gronowych, napojów zimnych i gorących, często z dodatkiem wina oraz dostosowanych do tych napojów wybranych przekąsek zimnych i gorących, jak również deserów;
- **Miodosytnie** – podobnie jak winiarnie. Podstawą działalności jest sprzedaż miodów pitnych i pochodnych;

- **Piwiarnie** – tak jak winiarnie i miodosytnie. Podstawą działalności jest sprzedaż piwa;
- **Bary rozrywkowe** – zakłady gastronomiczne typu dancing czy variete posiadające obsługę kelnerską, w których podstawowa działalność prowadzona jest w godzinach wieczorno-nocnych. Lokale świadczą przede wszystkim usługi o charakterze rozrywkowym. Działalność gastronomiczne prowadzona jest w pełnym zakresie i na bardzo wysokim poziomie, jednakże stanowi jedynie usługę uzupełniającą;
- **Bary alkoholowe** – wyspecjalizowany zakład gastronomiczny posiadający obsługę barmańską lub barmańsko-kelnerską. Podstawą działalności jest sprzedaż wszelkiego rodzaju alkoholi i pochodnych oraz specjalnie dostosowanych małych przekąsek zimnych i gorących).

❖ **Punkty gastronomiczne**

Obiekty typu punkt gastronomiczny prowadzą bardzo wąską, ściśle określoną działalność. Świadczenie usług gastronomicznych często odbywa się sezonowo. Nie jest wymogiem koniecznym, aby prowadzić tego typu działalność w lokalu stacjonarnym. Często są to mobilne punkty gastronomiczne. Zaliczamy do nich:

- smażalnie,
- grille,
- pijalnie,
- bufety,
- lodziarnie.

❖ **Zakłady gastronomiczne sieci zamkniętej**

Do kategorii zakładów gastronomicznych o charakterze zamkniętym zaliczamy:

- stołówki i bufety prowadzone w zakładach pracy,
- stołówki z całodziennym wyżywieniem w szpitalach, szkołach, internatach, domach wczasowych, sanatoriach oraz prewentoriach.

Lokale gastronomiczne pracujące w obiektach zamkniętych mogą prowadzić usługi dodatkowe tak jak restauracje, jadłodajnie i bary.

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Zakłady gastronomiczne, w zależności od zakresu prowadzonej działalności, wyposażone są w odpowiedni sprzęt umożliwiający świadczenie usług z zachowaniem przewidzianych standardów obsługi. Stosowanie odpowiedniego sprzętu ma podstawowe znaczenie i istotny wpływ na poziom świadczonych usług. Wśród podstawowego sprzętu stosowanego w większości zakładów gastronomicznych możemy wyróżnić następujące grupy urządzeń:

- ❖ grzewcze i podgrzewacze,
- ❖ chłodnicze i mrożące,
- ❖ do produkcji i porcjowania napojów,
- ❖ do mycia i sterylizacji naczyń,
- ❖ komputerowo - rozliczeniowe,
- ❖ meble i drobny sprzęt.

Meble w sali konsumpcyjnej

Każdy lokal gastronomiczny posiada charakterystyczny wystrój wnętrza oraz własną specyfikę obsługi konsumenta.

Odmienność lokalu uzyskujemy poprzez użycie odpowiednich materiałów wykończeniowych wnętrz oraz właściwe umeblowanie.

Umeblowanie zakładu gastronomicznego powinno zapewniać właściwe funkcjonowanie pomieszczeń oraz uwzględniać racjonalną organizację pracy kelnerów. Meble powinny być wygodne i łatwe do konserwacji. Do standardowego wyposażenia sali konsumpcyjnej należy zaliczyć:

- stoły konsumenckie,
- stoły dostawcze,
- pomocniki kelnerskie,
- krzesła, fotele, sofy i inne siedziska,
- szafy i kredensy.

Bielizna stołowa i drobny sprzęt gastronomiczny

Bielizna stołowa jest bardzo istotnym elementem dekoracyjnym i estetycznym ogólnego wystroju sali konsumpcyjnej. W zakładach gastronomicznych używa się jej w różnym stopniu w zależności od rodzaju obiektu, jego kategorii, wystroju wnętrz, stylu, charakteru lokalu oraz rodzaju świadczonych usług.

Do podstawowego asortymentu bielizny stołowej zaliczamy:

- **podkłady na stół** – jest to podstawowa bielizna stołowa stosowana w restauracjach o bardzo wysokim poziomie świadczonych usług. Wielkość podkładów uzależniona jest od wielkości stołów. Podkład winien zwisać swobodnie ze stołu zakrywając jego całe nogi. Prawidłowej wielkości podkład powinien zwisać do wysokości 10-15 cm do podłogi, stosuje się również krótsze. W zastosowaniu są trzy rodzaje podkładów stołowych, używane w zależności od kształtu stołu (okrągłe, prostokątne i kwadratowe). Kolorystyka podkładów jest dowolna, dostosowana do stylu charakteru restauracji. Podkłady przykrywane są obrusem.

Drugi rodzaj podkładów stosowanych w zakładach gastronomicznych to podkłady przeciwpoślizgowe wykonane z gąbczastego materiału gumowego, dopasowane wielkością do kształtu i wielkości nakrywanych stołów, przykryte obrusem zapobiegają przesuwaniu się obrusu po blacie stołu;

- **obrusy** – najpopularniejsza forma nakrycia stołu stosowana w lokalach gastronomicznych. Forma, kształt i kolorystyka dopasowana do stylu i charakteru lokalu. Obrus powinien zwisać ok. 20 cm od blatu stołu, równo ze wszystkich stron;
- **nakładki** – często stosowane w lokalach gastronomicznych nakładane na obrus. Dwa sposoby nakrywania nakładką tj. róg do rogu lub róg do środka boku stołu;
- **serwety stołowe** - dekoracyjnie złożone serwety układamy na stole po jednej stronie przy lub na nakryciu stołowym. Służą gościom do ochrony odzieży własnej przed zachlapaniem w czasie konsumpcji, oraz do wytarcia ust i rąk;
- **bieżniki** – często stosowane w barach o średnim standardzie, ostatnio bardzo często stosowane w restauracjach hotelowych w trakcie serwowania śniadania hotelowego;
- **serwetki talerzowe** – w restauracjach o bardzo wysokim standardzie usług bardzo często stosuje się serwetki płócienne jako podkładka między talerzami zwłaszcza przy serwowaniu zakąsek gorących i zup gdzie talerz głęboki stawiany jest na talerzu zakąskowym. Serwetki talerzowe mogą mieć różne kształty i formy, stosowane również do dekoracji talerza bazowego.

Porcelana stołowa

Zastawa stołowa porcelanowa powinna być dostosowana do potrzeb i możliwości produkcyjno-handlowych lokalu gastronomicznego.

Wielką zaletą porcelany jest łatwość utrzymania jej w czystości, estetyczny wygląd i słabe przewodnictwo ciepła. Wadą natomiast kruchość i duży ciężar.

Porcelana stołowa powinna być utrzymywana w idealnej czystości, a obowiązkiem kelnera jest sprawdzenie jej stanu i dokładne wypolerowanie przed wyniesieniem do części konsumpcyjnej lokalu.

Ze względu na przeznaczenie asortyment sztućców możemy podzielić jak poniżej.

Do podstawowej porcelanowej zastawy stołowej zaliczamy:
- talerz duży do dania głównego Ø32 cm,
- talerz zakąskowy duży Ø24-27 cm,
- talerz zakąskowy mały Ø15-19 cm,
- talerz deserowy mały Ø 13-15 cm,
- talerz głęboki Ø24-26 cm,
- miski porcelanowe Ø7-26 cm,
- flaczarka,
- bulionówka wraz ze spodkiem,
- kokilka,
- filiżanki do kawy mała i duża wraz ze spodkami,
- dzbanek do mleka (jedno i wieloporcjowe),
- filiżanka do herbaty wraz ze spodkiem,
- czajnik (imbryk) do herbaty.

Do specjalistycznej (uzupełniającej) porcelanowej zastawy stołowej zaliczamy:
- półmiski różnej wielkości i kształtów,
- salaterki różnych rozmiarów,
- wazy do zupy,
- talerz patera,
- talerz do tortu,
- jajecznik,
- kokilka do ślimaków,
- talerz do foundue,
- talerz do serów,
- sosjerka,
- świecznik,
- wazonik,
- podgrzewacz.

Zastawa stołowa metalowa (plater)
Zastawa stołowa metalowa i platerowana należy do podstawowego wyposażenia lokalu gastronomicznego. Dobór zastawy stołowej uzależniony jest od rodzaju obiektu, poziomu świadczonych w nim usług oraz wystroju wnętrz.

Asortyment sztućców wynikający z ich przeznaczenia to:

Sztućce stołowe i sztućce do serwisu
Sztućce stołowe i przeznaczone do serwisu będące wyposażeniem lokalu gastronomicznego są często bagatelizowanym elementem. **Jakość, funkcjonalność i estetyka sztućców** są często uważane za nieistotną kwestię. Jednakże to właśnie ze sztućcami gość ma najbliższy, bo fizyczny kontakt – trzyma je w dłoniach przez znaczną część czasu spędzonego w lokalu. Dlatego też jakość sztućców, ich ciężar, wygoda w trzymaniu, funkcjonalność w czasie konsumpcji mają znaczący wpływ na poziom zadowolenia gościa, wpływają na powstającą w podświadomości gościa opinię o lokalu i są elementem jego wizerunku.

Do podstawowego asortymentu sztućców stołowych zaliczamy:
- łyżki i łyżeczki – stołowa do zupy, średnia do zupy i kremu, do herbaty, do kawy, do espresso, do napojów serwowanych w wysokich szklankach;
- widelce i widelczyki – stołowy duży do dań głównych, widelec do ryb, widelec zakąskowy, do ciast i deserów;
- noże – do dań głównych, do ryb, do zakąsek i sałat, do owoców, do masła, do sera.

Wyróżniając sztućce stołowe należy pamiętać o **sztućcach specjalnych**:
- nóż i widelec do steków,
- nóż i widelec do raków,
- widelec i szczypce do ślimaków,
- widelec do foudue,
- obcążki do miażdżenia skorupiaków.

Wśród asortymentu sztućców należy pamiętać o sztućcach służących do serwowania dań:
- łyżka wazowa,
- łyżki do sosu (różnej wielkości),
- łyżka do śmietany,
- łyżeczka do cukru,
- łyżka i widelec do serwowania sałat,
- łyżka i widelec do serwowania dań gorących bemarowych,
- nóż i widelec do porcjowania mięsa,
- sztućce do nakładania ryb (widelec i łopatka),
- nóż i łopatka do tortu,
- szczypce do pieczywa,
- strug do sera,
- szczypce do cukru,
- szczypce do ciasta,
- szpadki.

Dużych sztućców używamy do potraw o dużej objętości: duża łyżka do zupy w talerzu, duży nóż i widelec do dań głównych, duża łyżka i widelec do serwowania dań przy serwisie francuskim.

Średnich sztućców używamy do konsumpcji potraw podawanych w średniej wielkości naczyniach: średnia łyżka do zupy w bulionówce lub flaczarce, średni nóż i widelec do zakąsek, średnia łyżka i widelec do deserów.

Małe sztućce podaje się do: kawy, herbaty, ciasta.

Naczynia stołowe metalowe i platerowane
Dobór naczyń metalowych i platerowanych służących do serwowania potraw zależy od rodzaju obiektu gastronomicznego i poziomu świadczonych w nim usług.

Zastawa metalowa i platerowana powinna być funkcjonalna, estetyczna, łatwa do utrzymania w czystości i odporna na korozję oraz działanie kwasów i środków chemicznych.

Naczynia stołowe metalowe wytwarzane są z metali nierdzewnych, kwasoodpornych, często polerowanych lub powlekanych srebrem. Do nakryć stołowych metalowych i polerowanych zaliczamy:
- tace – okrągłe, prostokątne, owalne (często ozdobne), tacki kelnerskie, kawiarniane oraz tacki w barach samoobsługowych (często aluminiowe),
- puszka metalowa do przetrzymywania kawy mielonej lub herbaty,
- miarka do kawy mielonej,

- koszyk do pieczywa,
- serwetnik i pierścień do serwetek,
- półmiski różnych rozmiarów i kształtów (do zakąsek zimnych, do dań gorących),
- patery do tortów (jedno i wielopiętrowe),
- gerydony na owoce (jedno i wielopiętrowe),
- naczynia do serwowania ryb i owoców morza,
- patelnie do serwowania potraw i do flambirowania,
- naczynia do serwowania ślimaków,
- kubki do serwowania zupy,
- dzbanki do herbaty i mleka,
- cukiernice i menaże,
- podgrzewacze,
- shaker barmański, kulery lub wiaderka do chłodzenia wina i wódek,
- korkociągi i trybuszony,
- wazoniki, świecznik,
- maselniczka, stojak do tostów.

Szkło stołowe

Szkło stołowe jest częścią składową zastawy stołowej. Powinno być estetyczne, wytrzymałe na zmiany temperatury. **Szkło podawane na stół konsumpcyjny musi być czyste i wypolerowane**, nie może posiadać żadnych uszkodzeń, wyszczerbień. Brak jest oficjalnych, precyzyjnych uregulowań dotyczących stosowania szkła stołowego, dlatego też w gastronomii stosuje się nieformalne zasady wypracowane przez lata i uznawane za regułę, chociaż w dzisiejszym, bardzo nowoczesnym świecie również one ulegają ewolucji.

Zróżnicowanie w wielkości i kształcie szkła stołowego wynika z jego przeznaczenia do spożywania różnego rodzaju napoi, win i alkoholi.

Do podstawowego asortymentu szkła stołowego zaliczamy:

- Kieliszek do wódki (na nóżce lub bez, różne kształty, najczęściej spotykana pojemność to 20 i 40 ml);
- Kieliszek do koniaku (różnej wielkości w kształcie tulipanu, pojemność od 80 nawet do 500 ml);
- Kieliszek do brandy (tulipan zawężony w górnej części 80 – 100 ml);
- Szklanka do whisky (120-200 ml);
- Kieliszek do koktajli (np. Martini, odwrócony stożek rozwarty 100 ml);
- Kieliszek do szampana i win musujących (w kształcie kłosa lub szerokiego pucharu 70-160 ml);
- Kieliszek do sherry (miniatura kieliszka do wina białego 80 ml);
- Kieliszek do wina białego (smukły tulipan, wiele pojemności do 300 ml);
- Kieliszek do wina czerwonego (obfity tulipan, wiele pojemności w zależności do rodzaju serwisu oraz jakości podawanego wina do 500 ml);
- Kieliszek do likieru (20 ml);
- Goblet do wody (300 – 500 ml);
- Pokal (long drink 200 – 250 ml);
- Szklaneczka (angielka, literatka 100-130 ml);
- Pokale i kufle do piwa (300 – 500 ml);
- Szklanka (wraz ze spodkiem lub bez spodka i z uchem, najczęściej 250 ml);
- Karafki (do soków, wody i wina 300 – 1000 ml);
- Dekanter (rodzaj karafki do dekantowania i serwowania wina 1500 ml);
- Dzbanki (do wody i soków 500 - 2000 ml).

Układ funkcjonalny zakładu gastronomicznego

Funkcjonalność zakładów gastronomicznych prowadzących działalność uzależniona jest w dużej mierze od możliwości lokalowych, a przede wszystkim od funkcjonalnego usytuowania poszczególnych pomieszczeń.

Układ funkcjonalny obiektów gastronomicznych jest to przestrzenne powiązanie ze sobą pomieszczeń administracyjno-socjalnych, produkcyjno-magazynowych i ekspedycyjno-konsumpcyjnych w taki sposób, by wszystkie czynności związane z zarządzaniem, produkcją, ekspedycją i ruchem towaru do części konsumpcyjnej były maksymalnie uproszczone i dogodne dla pracowników.

Układ funkcjonalny pomieszczeń lokalu decyduje w istotny sposób o organizacji pracy, ilości i jakości produkcji, przepustowości lokalu, wielkości obrotu oraz poziomie świadczonych usług. W zakładzie gastronomicznym, posiadającym poprawny układ funkcjonalny pomieszczeń, nie jest problemem zachowanie podstawowych zasad higieny pracy, co w obiektach produkujących i przetwarzających żywność jest czynnikiem priorytetowym. Podstawowe wymogi funkcjonalności lokali gastronomicznych wynikające z przepisów sanitarno-epidemiologicznych to:

- zakaz krzyżowania się drogi konsumentów z drogą surowców,
- zakaz krzyżowania się drogi brudnych i czystych naczyń kuchennych oraz zastawy stołowej,
- zakaz krzyżowania się drogi pojemników z odpadkami pokonsumpcyjnymi i drogą gotowych potraw.

Usytuowanie pomieszczeń zwanych potocznie zapleczem kelnerskim czy rozdzielnią kelnerską - łączących salę konsumpcyjna z częścią produkcyjną, powinno gwarantować bezkolizyjny, bezpieczny ruch w obie strony. Szczególną uwagę należy zwrócić na stworzenie kelnerom możliwości bezkolizyjnego oddawania naczyń brudnych na zmywak i pobieranie gotowych potraw z kuchni.

Technika pracy w zakładach gastronomicznych

Pierwsze kroki - czystość i estetyka lokalu

Pierwszą i podstawową czynnością kelnera po przyjściu do pracy jest sprawdzenie ogólnego stanu lokalu i jego otoczenia.

Wszelkie usterki, niedociągnięcia i zaniedbania należy natychmiast zgłosić przełożonemu!!!

To jest ten czas, gdzie można zareagować i usunąć wszelkie usterki przed przyjściem gości. Niedopuszczalne jest sprzątanie czy prowadzenie napraw konserwacyjnych w obecności gości. Trzeba zwrócić szczególną uwagę na:

- Ogólny wygląd otoczenia lokalu (brud, kurz, śmieci, zwiędnięte lub suche rośliny, elewacja, bezpośrednie dojście do lokalu);
- Wejście do lokali (czystość drzwi, podłoga przed i za drzwiami);
- Ogólny stan lokalu (ściany, podłogi, sufit, okna, rośliny);
- Stan oświetlenia (niedopuszczalne są braki w oświetleniu).

Przygotowanie sali konsumpcyjnej do działalności

Podział na strefy – dla palących i niepalących

Pomimo ogólnych trendów i mody na niepalenie papierosów, są goście nadal trwający w nałogu tytoniowym. Każda restauracja powinna mieć miejsce, gdzie palący goście mogą korzystać z jej usług. Miejsce to nie jest wyznaczone w sposób widoczny i oznakowany.

Strefa ta powinna być tak usytuowana, aby dym z papierosów nie przeszkadzał innym gościom w delektowaniu się posiłkiem.

Podział rewirów kelnerskich (kierownik, menedżer)
W zależności od systemu pracy przyjętego w danym zakładzie przydziałem rewirów kelnerskich zajmuje się menedżer restauracji lub mistrz kelnerski prowadzący zespół.

Czystość i estetyka w ramach rewiru:
- Czystość ogólna rewiru (podłoga, ściany, sufit, okna, oświetlenie, stołu, pomocniki);
- Czystość ogólna sprzętu (sztućce, szkło, porcelana, obrusy, serwetki, kwiaty);
- Uzupełnienie cukiernic, pieprzniczek i solniczek;
- Perfekcyjne nakrycie stołów;
- Stan kart menu, karty win i karty alkoholi (czyste, estetyczne, zaktualizowane);
- Higiena osobista personelu;
- Przygotowanie pomocników kelnerskich do pracy (planowane obłożenie);
- Czystość wózków kelnerskich;
- Czystość siedzisk i krzeseł;
- Ocena końcowa czystości i prawidłowego przygotowania sali konsumpcyjnej;
- Przygotowanie koszyków do pieczywa;
- Włączenie muzyki.

Prawidłowe nakrycie stołu
- Podkład (co to jest, dlaczego należy go stosować);
- Obrus (rodzaje, optymalna wielkość);
- Porcelana (rodzaje i asortymenty);
- Sztućce (rodzaje, asortyment, zastosowanie);
- Szkło (podstawowe rodzaje, zastosowanie);
- Serwetki (rodzaje, wielkość, sposób użycia);
- Kwiaty (forma, wielkość);
- Menaż (przyprawy – ich stan i świeżość);
- Popielniczka i zapałki.

Wyposażenie kelnera
- Trybuszon (otwieracz do win i butelek);
- Dwie paczki zapałek;
- Dwa długopisy;
- Bloczek do notowania;
- Czysta chustka do nosa;
- Identyfikator.

Są to podstawowe przedmioty używane w pracy, potrzebne w każdej chwili i stąd nieodzowne. Możemy polemizować co do zasadności noszenia identyfikatorów przez personel, czy są konieczne, czy może wystarczy jednakowy ubiór wszystkich pracowników. Wymóg w tym względzie zawsze pozostanie w gestii właściciela restauracji.

Technika obsługi konsumenta przy stole

Popularność lokalu gastronomicznego nie bierze się znikąd, jest składową wszystkich, nawet najdrobniejszych procesów i zachowań jego pracowników.

Wizerunek lokalu, oprócz wystroju wnętrz i jakości podawanych w nim potraw, kreują przede wszystkim pracownicy pierwszej linii, czyli obsługa kelnerska.

Ogólne funkcje obsługi kelnerskiej:

- Przyjmowanie rezerwacji;
- Przygotowanie restauracji i obsługi na przyjęcie gości;
- Powitanie gości, dbanie o prawidłową atmosferę, właściwa obsługa z uwzględnieniem obowiązujących standardów;
- Wystawianie rachunków, prawidłowa rejestracja sprzedaży;
- Pożegnanie gości;
- Rozliczenie wpływów po zakończeniu dnia pracy;
- Przygotowanie restauracji do zamknięcia.

Proces obsługi kelnerskiej:

- Powitanie przy wejściu (z uśmiechem i zachowaniem kontaktu wzrokowego – maksymalnie 1 minuta);
- Pytanie o strefę: palący lub niepalący;
- Zaprowadzenie do stołu i sadzanie gościa (odsunięcie krzesła);
- Usunięcie zbędnych nakryć;
- Propozycja aperitifu;
- Podanie kart menu (wraz z kartą win);
- Podanie pieczywa, masła oraz startera;
- Przyjęcie zamówienia (sugestywna sprzedaż, w czasie rozmowy nie powinniśmy używać zdrobnień);
- Zapisanie treści zamówienia, (jeżeli zamówienie jest duże, należy je zapisać, zaczynając od pań);
- Pytanie o napoje, (jeżeli goście życzą sobie wino, należy poprosić sommeliera do stołu);
- Nakrycie stołu z zachowaniem kolejności potraw wg przyjętego zamówienia;
- Serwis dań (kolejność: dzieci, panie, panowie – nie dotyczy przyjęć z zachowaniem protokołu dyplomatycznego);
- Rozłożenie serwetek na kolanach gości (tylko w wyjątkowych okolicznościach, zazwyczaj goście rozkładają je sami);
- Podanie przekąski zimnej (+ ew. wino);
- Podanie przekąski gorącej;
- Podanie zupy;
- Przerywnik (np. sorbet);
- Podanie wina do dania głównego;
- Podanie dania głównego;
- Sprzątanie po daniu głównym;
- Przygotowanie stołu do podania deseru (usunięcie ostatnich brudnych naczyń, okruchów i przypraw);
- Ponowne podanie menu (propozycja podanie serów, deseru);
- Podanie deseru;
- Sprzątnięcie po deserze;
- Zapytanie o kawę, herbatę, cognac, digestive (są to różnego rodzaju alkohole podawane na zakończenie posiłku);
- Podanie zamkniętego rachunku w estetycznym etui (z długopisem w przypadku, gdy gość korzysta z kredytu hotelowego, bądź płaci kartą kredytową);
- Pożegnanie wychodzących gości wraz z zaproszeniem do ponownej wizyty.

Zachowania kelnerskie

Podczas powitania gościa nic (np. pulpit kierownika sali, lada barowa, witryna) nie może nas od niego oddzielać.

Podczas konsumpcji kelner pyta gościa o wrażenia smakowe (kelner nie może być natarczywy!).

Kelner odpowiada za potrawy pobrane z kuchni, nie podaje do stołu niczego, co nie odpowiada ustalonemu dla danej restauracji standardowi, sprawdza czystość talerza, na którym podawane jest danie, czy jest ono gorące dla dań gorących, czy zimne dla dań zimnych.

W trakcie obsługi należy wymieniać popielniczki na bieżąco.

Zbieranie nakryć ze stołu następuje, gdy wszyscy siedzący przy nim goście zakończą jedzenie i złożą sztućce na talerzu (nóż obok widelca równolegle do dolnego rantu talerza).

W czasie obsługi kelner musi utrzymywać dyskretny kontakt wzrokowy z gościem.

Pożegnanie gości jest nie mniej ważne od powitania. Przy wyjściu gość powinien usłyszeć „Dziękujemy, zapraszamy ponownie".

Po odejściu gości obowiązkowo powinniśmy sprawdzić, czy nie zostały pozostawione jakiekolwiek rzeczy osobiste uczestników.

Cechy dobrego kelnera:

- Fachowość w technice obsługi;
- Serdeczność, kontakt wzrokowy i uśmiech;
- Uprzejmość, takt, dyskrecja;
- Inicjatywa i uczynność, skupienie się na gościu i jego potrzebach;
- Dyspozycyjność i punktualność;
- Higiena osobista;
- Zaangażowanie i entuzjazm w zachowaniu;
- Nastawienie na czerpanie przyjemności z wykonywanej pracy.

Za co odpowiada kelner w czasie pełnienia obowiązków służbowych?

- Przygotowanie swojego rewiru do pracy;
- Przygotowanie dodatkowego sprzętu tak, aby podczas serwisu maksymalnie koncentrował się na obsłudze gości zgodnie z obowiązującymi standardami;
- Udzielanie koniecznej pomocy innym pracownikom;
- Instruowanie praktykantów i kontrola ich pracy;
- Prowadzenie na bieżąco rejestracji sprzedaży;
- Zabezpieczenie sobie odpowiedniej ilości drobnych pieniędzy do wydawania reszty;
- Podanie gościowi zamkniętego rachunku;
- Raportowanie przełożonym o trudnych sytuacjach, trudnych gościach, zaistniałych konfliktach.

Czego nie wolno kelnerowi?

- Palić papierosów i spożywać jakichkolwiek posiłków na sali restauracyjnej (podjadać z bufetu lub półmisków, pić kawy lub innych napojów itp.);
- Bez powodu opuszczać rewir w czasie pracy oraz wychodzić poza zakład bez wiedzy i powiadomienia przełożonych;
- Rozmawiać z innymi pracownikami w obecności gości;
- Korzystać z krzeseł i stołów restauracyjnych lub opierać się o ściany w oczekiwaniu na gości;
- Przyjmować swoich prywatnych znajomych i gości.

Rodzaje serwisów

Serwis niemiecki

Potrawy przynoszone są przez kelnera pod przykryciem na tacy lub przywożone na wózku kelnerskim. Potrawę odkrywa się po postawieniu talerza przed gościem na stole. Jeżeli są, np. dwa talerze – odkrywamy je jednocześnie.

Prawidłowe ułożenie potrawy na talerzu:

- Mięso – dolna środkowa część talerza,
- Ziemniaki – strona prawa,
- Jarzyna – strona lewa.

Nie dotyczy nowych trendów układania potraw na talerzach!!!!

W wielu bardzo nowatorskich restauracjach sposób układania produktów na talerzu jest bardzo wysublimowany i w dużej mierze zależy od wyobraźni szefa kuchni. Nie ma żadnych reguł ani kanonów, a do dekoracji potraw można używać nawet kwiatów.

Surówkę podajemy zawsze oddzielnie ustawiając ją z lewej strony talerza.

Dodatki owocowe, np. borówki – strona prawa powyżej noża.

Sosy – ponad nakryciem, rączką zwróconą w lewą stronę. Łyżkę do sosu kładziemy obok sosjerki (nigdy do sosu!).

Zalety

Szybkość podawania potraw, mniejsza ilość sprzętu i składników pomocniczych, usprawnienia organizacji pracy.

Serwis angielski

Jest to serwis potraw z wózka kelnerskiego – metoda bardzo atrakcyjna, gdyż konsument obserwuje czynności manualne wykonywane przez kelnera, takie jak:

- tranżerowanie mięsa (gicz cielęca, golonka),
- filetowanie ryb,
- przyprawianie tatara.

Półmiski znajdują się na płytach grzewczych.

Kelner przekłada potrawę na gorące talerze – do tej czynności używa się łyżki i widelca serwisowego. Manipulując łyżką i widelcem kelner zwraca uwagę na właściwą technikę pracy i płynność ruchów.

Do zapamiętania!!!!

- Wózek stoi bezpośrednio przy stole,
- Kelner stoi zawsze przodem do gościa,
- Wszystkie czynności kelner wykonuje oburącz (lewa ręka – widelec, prawa – łyżka).

Serwis rosyjski

Wszystkie potrawy stoją na stole przed przyjściem gości.

Nakrycie stołu:

- dekoracja kwiatowa,
- sztućce zakąskowe.

Ogólne zasady serwisu:
- nakrywanie stołu zastawą stołową (w kolejności),
- rozkładamy obrus,
- talerz bazowy (płaski) lub ładnie uformowana serwetka,
- sztućce,
- szkło i serwetki,
- wazony,
- przyprawy,
- popielniczki (strefa dla palących),
- talerzyki do pieczywa i nóż do masła,
- sztućce do deseru.

Kolejność serwisu:
- dzieci,
- panie,
- panowie.

Czynności wykonywane z prawej strony gościa:
- podanie karty menu,
- napełnianie kieliszków z butelek,
- napełnianie filiżanek z dzbanka,
- podawanie potraw wyporcjowanych (metoda niemiecka),
- ustawianie talerzy, filiżanek, szkła, butelek,
- ustawianie półmisków z daniami zasadniczymi,
- zbieranie ze stołu,
- uzupełnianie zastawy stołowej,
- ustawienie wazy, sosjerek, salaterek, itp.

Czynności wykonywane z lewej strony gościa:
- prezentacja potraw na półmiskach,
- prezentacja win i wódek,
- serwowanie potraw z półmiska,
- nalewanie zupy z wazy,
- podawanie potraw na półmisku - samodzielne nakładanie przez konsumenta,
- podawanie napojów ustawionych na tacy – pobieranie napoju przez konsumenta,
- ustawienie talerzyków do pieczywa.

Kolejność podawania potraw:
- przekąska zimna,
- przekąska ciepła,
- zupa,
- przerywnik (sorbet),
- wino,
- główne danie,
- desery,
- Kawa, herbata, cognac.

Estetyka sprzątania ze stołu
- Brudnej porcelany nie kładziemy bezpośrednio na stole;
- Na stole nie opieramy ani nie stawiamy tacy i nie przekładamy na nią brudnych naczyń;
- Wewnętrznych części brudnych naczyń nie wolno dotykać rękoma;
- Talerze należy chwytać za brzeg, sztućce za trzonki, a szkło w dolnej części od zewnętrznej strony;

- Talerz sprzątamy z prawej strony, a jeżeli nie ma dojścia, wówczas z lewej;
- Sprzątamy talerze ręcznie bez użycia tacy;
- Jeżeli w trakcie sprzątania upadnie nam sprzęt na podłogę, nie należy go natychmiast podnosić, lecz odstawić naczynia na pomocnik i wrócić po leżącą rzecz;
- Zawartości popielniczek nie wolno wysypywać na talerze i tace, jak również do pojemników w pomocniku kelnerskim lub na wózku (takich pojemników nie powinno być w ogóle na sali);
- Nie należy sprzątać ostatnich filiżanek i kieliszków, dopóki goście nie wstaną od stołu;
- Kieliszki, szklanki, filiżanki sprzątamy z prawej strony bezpośrednio na tacę.

Dylematy - Jakie sztućce i do czego?
Do ryb
Łosoś wędzony, węgorz, śledzie pod różnymi postaciami oraz ryby marynowane je się **sztućcami zakąskowymi, nożem i widelcem**.
Filety z ryb w sosach np. greckim i pod beszamelem je się samym **widelcem.**
Pozostałe dania z ryb je się **specjalnymi sztućcami do ryb** (nóż i widelec).

NIE powinno się jeść ryb dwoma widelcami.

Do deserów
Do deserów serwowanych na talerzach deserowych podajemy **małe sztućce deserowe**, a do deserów coraz częściej prezentowanych na talerzach (32") **duże sztućce deserowe**.
Do naleśników i owoców – **nóż i widelec deserowy** (przy naleśnikach z lodami i sosami dodatkowo łyżkę deserową).
Do deserów zimnych, gorących, puddingów – **widelec i łyżkę deserową**.
Do lodów w wysokich pucharkach – **łyżkę o długiej rączce**.

Do innych trudnych dań
Do omletów, w zależności od nadzienia – **widelec lub widelec i nóż**.
Do homara i langusty – **nóż i widelec do homara**.
Do spaghetti – **widelec i łyżkę** umieszczając ją po lewej stronie (oryginalnie je się tylko widelcem, zwijając makaron na brzegu talerza).

Podawanie rachunku
Rachunek przed podaniem należy zamknąć odpowiednią formą płatności.

Podajemy w estetycznym etui w czasie do 3-4 minut od momentu poproszenia o rachunek.

Goście płacący kartą kredytową bądź korzystający z kredytu hotelowego powinni z rachunkiem otrzymać również długopis.

Przy płatnościach z użyciem kart kredytowych, terminal bezprzewodowy do obsługi kart podajemy do stołu, przy terminalu stacjonarnym czas przebywania z kartą kredytową gościa poza jego wzrokiem musimy maksymalnie zminimalizować.

Całość operacji płatności gościa za rachunek powinna trwać nie dłużej jak od 3 do 5 minut.

Posiłki i potrawy – systematyka

Rodzaje śniadań

- Śniadanie kontynentalne:
  - drożdżówka, rogal francuski, masło, dżem, miód, kawa, herbata, kakao.
- Śniadanie wiedeńskie:
  - jajko po wiedeńsku, pieczywo pszenne, masło, dżem, kawa + śmietanka.
- Śniadanie angielskie:
  - świeże soki z warzyw i owoców, zupa mleczna, jaja (omlet, jajecznica, jaja gotowane), pieczywo, masło, ryby, wędliny, sery, kawa, herbata, mleko.

Sala śniadaniowa

Zasady ogólne:

- Wystrój przytulny, łagodny, ciepły, radosny, powinien stwarzać atmosferę maksymalnie zbliżoną do domowej;
- Obrusy lub bieżniki mogą być kolorowe (np. krata);
- Perfekcyjne nakryte stoły;
- Dekoracja kwiatowa (kwiaty świeże!!!);
- Na sali powinna być słyszalna lekka muzyka;
- Załoga wita gości z uśmiechem;
- Przy wyjściu kelner pyta gościa czy śniadanie smakowało, życzy miłego dnia.

Oznaką wysokiego standardu podawania śniadań jest obecność hostessy witającej gości i rozprowadzającej gości po sali z jednoczesnym udzielaniem informacji dotyczących bufetu śniadaniowego.

Sposób nakrycia stołu śniadaniowego:

- obrus, bieżnik lub serweta,
- nóż, widelec (przy śniadaniu bufetowym podwójne nakrycie),
- talerzyk do pieczywa + nóż,
- filiżanka do kawy,
- serwetka,
- sól, pieprz, cukier,
- dekoracja kwiatowa (kwiaty świeże).

Bufet śniadaniowy

- bufet śniadaniowy należy ustawiać wg asortymentu,
- nabiał (twaróg, jogurt, sery, jaja...),
- warzywa (pomidor, ogórek, rzodkiewka, szczypior...),
- sałata, sałatki, pikle,
- wędlina (zalecane min. 4 gatunki),
- ryby (np. wędzone – zalecane min. 2 gatunki),
- ciasta i pieczywo słodkie (drożdżówka, bułka maślana, babeczka...),
- owoce (świeże lub kompotowe),
- podgrzewacze do dań gorących (jajecznica, bekon...),
- napoje gorące (kawa, herbata, mleko),
- napoje zimne (woda, soki owocowe),
- pieczywo (względnie szeroki asortyment w miejscu dobrze widocznym).

Oddzielnie w widocznym miejscu należy ustawić żywność dla dietetyków. Zaleca się przygotowanie miejsca do przyrządzania dań gorących a`la minute (jajecznica z różnymi dodatkami, omlety z dodatkami, jaja sadzone, itp.).

Praca kelnera w restauracji śniadaniowej

- Śniadanie w formie bufetu,

- Powitanie gościa (z uśmiechem),
- Posadzenie gościa przy stole,
- Podanie kawy lub herbaty,
- Bycie pomocnym i uczynnym,
- Bieżące sprzątanie brudnych naczyń,
- Pożegnanie gościa i życzenie miłego dnia.

Kelner w restauracji – potrawy
Aperitif
Aperitivus – łac. otwieracz
Napoje bezalkoholowe lub alkoholowe (18%-35%) podaje się bezpośrednio przed posiłkiem dla pobudzenia apetytu.

- Hiszpańskie Sherry,
- Włoskie Campari,
- Wino białe wytrawne,
- Wermuty wytrawne,
- Szampan lub wino musujące wytrawne.

Aperitif podajemy z wózka do aperitifu lub, w wypadku braku wózka, pytamy o aperitif i podajemy przygotowany w barze.

Przekąski
Przekąski to małe dania serwowane przed podaniem dania głównego w celu zaspokojenia pierwszego głodu i pobudzenia apetytu.

Przekąski zimne

- kawior czarny lub czerwony,
- skorupiaki,
- ryby,
- kanapki,
- dania mięsne,
- befsztyk tatarski,

Przekąski zimne podajemy zawsze na początku posiłku. Przed jej podaniem na stole musi być pieczywo i masło oraz odpowiedni zestaw przypraw.

Serwowanie kawioru
Sposób 1
Kawior podajemy w szklanym naczyniu na lodzie, oddzielnie cytryna, tosty i masło.

Sposób 2
Kawior z blinami (placki z mąki gryczanej) podajemy również w szklanym naczyniu na lodzie, oddzielnie na talerzu bliny oraz oddzielnie w miseczkach drobno posiekana cebula, drobno siekane jajko na twardo, kwaśna śmietana.

WAŻNE!!!!
Należy pamiętać, że w przypadku zamówienia przez gościa 2 zakąsek zimnych np.; ryba wędzona i kawior, wówczas zawsze w pierwszej kolejności podajemy kawior ze względu na jego ekskluzywny charakter!!!!

Rodzaje kawioru – podział za względu na pochodzenie:

- Kawior czarny – pozyskujemy z osietra (czyli z jesiotra), bieługi oraz siewrugi (najbardziej popularny jest kawior z jesiotra, najlepszy jest kawior z bieługi);

- Kawior czerwony – pozyskujemy z łososia.

Przekąski gorące

- grzyby saute (smażone na maśle borowiki, rydze, pieczarki),
- grzyby duszone w śmietanie (borowiki, kurki, smardze),
- szparagi (np. w maśle lub pod beszamelem),
- omlety (czysty lub z dodatkami),
- Strogonow;
- przekąski flambirowane (krewetki, kabanosy, strogonow),
- przekąski gorące podajemy zawsze po przekąskach zimnych przed zupą. Przekąski gorące flambirowane przygotowuje kelner przy stole w obecności gości).

Zupy

Rodzaje zup:

- zupy czyste (barszcz, bulion),
- zupy kremy (z warzyw, z raków…),
- zupy zaprawiane.

Sposoby podawania zup:

- gotowe w talerzach,
- w bulionówkach lub flaczarkach,
- nalewane z kubków platerowych na talerz przy gościu,
- nalewane z wazy na talerz:
  - przez kelnera,
  - przez gościa.

Serwis zupy z kubka:

- kelner ustawia wygrzany talerz przed gościem,
- wlewa zupę podchodząc z prawej strony (zaczynając od górnego brzegu talerza) i zasłaniając gościa złożoną serwetką,
- wycofuje kubek nad talerz osłaniając przed skapnięciem.

Serwis zup z wazy:

- kelner ustawia wygrzany talerz przed gościem,
- wazę stawia na talerzu z serwetką płócienną,
- podchodzi z lewej strony gościa, trzymając wazę w lewej ręce, zbliża ją tuż nad talerz,
- prawą ręką wlewa zupę.

Serwis zup w bulionówkach lub flaczarkach:

- kelner podaje zupę podchodząc z prawej strony gościa,
- uszka bulionówki ustawione są równolegle do krawędzi stołu.

UWAGA!!!!

- Wszystkie dodatki do zup podajemy zawsze oddzielnie,
- Dodatki, do których podajemy sztućce, ustawiamy z prawej strony nakrycia,
- Jajko do bulionu stawiamy po stronie lewej.

Sorbet

Sorbet to przerywnik w posiłku. Podajemy go w celu pobudzenia apetytu. Trzyskładnikowy produkt w formie lodów wodnych, w skład, którego wchodzą:

- składnik podstawowy (np. woda, szampan, likier),
- sok,
- cukier.

Serwowanie sorbetu:
- przerywnik pomiędzy daniami,
- deser,
- dodatek do deserów i owoców.

Typowe dania główne
Dania główne z polędwicy (przykłady):
- Befsztyk z polędwicy (przyrządzany z głowy polędwicy wołowej, krążek grubości 3 cm.);
- Chateaubriand (befsztyk ze środkowej części polędwicy wolowej, słupek o wysokości 6 cm.) – podawany z sosem Bearnaise;
- Beef Strogonow – potrawa przyrządzana z ogona polędwicy;
- Bryzol z polędwicy (rozbity płat mięsa grubości 0,5 cm. i średnicy 15 cm.);
- Filet Mignon – 2 małe befsztyki z masłem pietruszkowym lub sardelowym;
- Turnedo Rossini – garnitur do befsztyków (podawany z wątróbką gęsią i truflami).

Befsztyk krwisty smażymy ok. 1,5 – 2 min. z każdej strony.

Befsztyk średni smażymy ok. 3 – 4 min. z każdej strony.

Befsztyk wysmażony smażymy 5 -7 min. z każdej strony.

UWAGA!!!!
Polędwicy nigdy nie solimy przed smażeniem.

Często podawane, popularne sosy to np.:
- holenderski,
- bearnaise,
- boloński,
- nelsoński,
- z zielonego pieprzu.

Dania główne ze skorupiaków i ryb (przykłady):
- Homar gotowany w warzywach (na porcję podajemy całego homara rozpołowionego);
- Langusta zapiekana (na porcję podajemy całą langustę rozpołowioną wzdłuż, najczęściej spotykany w restauracjach rozmiar homarów i langust to 450 gram w postaci świeżej i surowej);
- Halibut wędzony a`la minute na duszonych warzywach;
- Łosoś z grilla na sosie holenderskim;
- Jesiotr w sosie z ogórków kiszonych;
- Sum na kurkach duszonych w śmietanie;
- Pstrąg w migdałach.

Dania flambirowane
flamber (fr.) – zapalać

Dania zapalane (zarówno przekąski, dania zasadnicze, jak i desery), wykonywane są przy gościu przez kelnera ubranego w fartuch.

Przykłady:
- strogonow flambirowany – przekąska,
- pepper stek - danie zasadnicze,
- crèpes suzettes – deser.

Sprzęt potrzebny do przygotowania dania flambirowanego:
- wózek gazowy (dwa palniki),
- butelki ze specjalnymi wylewkami,
- patelnia,
- sztućce serwisowe,
- komplet przypraw.

Wyposażenie wózka do flambirowania:
- sztućce serwisowe,
- próbnik dla gościa,
- oryginalne butelki z alkoholem potrzebnym do zapalenia i podprawiania potraw,
- końcówki do butelek,
- komplet przypraw,
- składniki serwowanego dania,
- serwetki kelnerskie.

Desery
Podawane na ciepło to np.:
- suflet,
- szarlotka.

Podawane na zimno to np.:
- galaretki,
- kremy,
- ciasta,
- torty.

Podawane w postaci mrożonej to np.:
- parfait,
- lody,
- sorbety.

Przygotowywane przy gościu desery flambirowane to np.:
- ananas w karmelowym sosie z miodu wrzosowego,
- crèpes suzettes.

Sztućce do serwisu deseru:
- łyżka deserowa,
- widelec zakąskowy,
- nóż zakąskowy,
- widelczyk do tortu.

UWAGA!!!!
Deser podajemy do stołu, na którym pozostała tylko dekoracja kwiatowa i szkło.
Przed podaniem deseru czyścimy obrus specjalną szczotką lub zbierakiem. Okruchy zmiatamy na szufelkę lub talerzyk (nigdy na podłogę).

Zakończenie posiłku
Sposób podawania serów:
- Okrągła deska z pokrywą szklaną – 4-5 gatunków sera, suszone śliwki, suszone morele, winogrona świeże, łuskane orzechy włoskie;
- Nakrycie dla gościa: talerz zakąskowy, nóż i widelec zakąskowy, talerz do pieczywa (tylko na życzenie).

Napoje:
- ❖ kawa,
- ❖ herbata,
- ❖ cognac,
- ❖ digestive (mocne ziołowe lub owocowe nalewki lub wódki).

Problemy z gościem
Stosuje się strategię **eliminacji problemów.**

Należy wychodzić naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom gości, starać się zapobiegać ewentualnym problemom i nigdy nie dawać gościom powodów do narzekań.

Zachowanie w trudnych sytuacjach
Stosuje się tu zasadę **szczególnej staranności**. Polega ona na przekształceniu problemu gościa w źródło jego satysfakcji. Podstawą jest w niej zaangażowanie pracownika, który szybką reakcją koryguje niedoskonałości i zapewnia gościom należyte przeprosiny.

Technika załatwiania skarg
Należy wysłuchać uwag gościa bez okazywania własnych emocji i myśli.

Zapobieganie skargom na zły serwis
Należy pamiętać o podstawowych zasadach:
- ❖ Posadzić gościa przy czystym stole;
- ❖ Zadbać, by miał kompletne nakrycie;
- ❖ Nie biegać po sali.

Zachowanie w wypadku reklamacji

Czasami, nawet jeśli się starasz, zdarzają się reklamacje. Nie muszą one jednak zniechęcać do efektywnej pracy.

Wręcz przeciwnie, te trudności stwarzają możliwość otrzymania lepszego napiwku, jeżeli rozwiążesz powstały problem w sposób profesjonalny i szybki. Przekonasz się, że jest o wiele łatwiej w odpowiedni sposób potraktować reklamację, jeżeli od początku będziesz pozytywnie nastawiony, często chodzi, bowiem tylko o drobną i łatwą do przeprowadzenia zmianę. Nie wymagaj dowodów. Nie dopuszczaj do tego, by gość czuł się, jak na przesłuchaniu – to pogorszyłoby jedynie sytuację. Nie oskarżaj za zaistniałą sytuację szefa kuchni, innego kelnera, Twojego przełożonego, nie bierz też całej winy na siebie.

Najważniejsze – **nigdy nie oskarżaj gościa,** nawet jeśli to on popełnił błąd.

Oskarżenie kogoś ułatwiłoby sytuację jedynie na krótką chwilę, ale nie rozwiązałoby problemu, natomiast zdenerwowany gość wyszedłby z Twoim napiwkiem w kieszeni. Zawsze przepraszaj za to, co zostało źle zrobione. Przeprosiny nie podważą Twoich kompetencji – jest to gest w stronę gościa, który na pewno zostanie przez niego doceniony.

Należy pamiętać o tym, że jeden niezadowolony klient przekaże informację o swoim problemie z Twoją usługą lub produktem kilku osobom. Te z kolei przekażą złą opinię kilkunastu następnym potencjalnym klientom.

Z drugiej strony dobrą opinię na temat świadczonych przez naszą firmę usług usłyszy tyko kilka osób.

Zasadą jest, że negatywna informacja dotrze do znacznie szerszego grona odbiorców niż pochlebna opinia.

Przy składaniu reklamacji, bardzo ważny jest pierwszy kontakt klienta z pracownikiem firmy. Staramy się załagodzić sytuację i możliwie jak najszybciej rozwiązać zaistniały problem. Używamy w tym celu wielu różnych zwrotów grzecznościowych, takich jak: przykro mi, przepraszam, itp.

Jeśli klient złoży reklamację na piśmie, naszym obowiązkiem jest sporządzenie krótkiego powiadomienia o sposobie i terminie rozpatrzenia reklamacji. Zwyczajowo trwa to około dwóch dni. Bez względu na fakt, która ze stron jest winna zaistniałej sytuacji, wychodzimy z założenia, że klient ma zawsze rację.

W zależności od tego, w jaki sposób potraktujemy klienta składającego reklamację, mamy szansę odbudować wizerunek naszej firmy, a nawet uzyskać darmową reklamę.

Przykład:
W restauracji jednego z warszawskich hoteli, w godzinach porannych odbywało się śniadanie biznesowe z udziałem znanych osób. Podczas trwania konsumpcji w do końca nieznanych okolicznościach zdarzył się incydent. Jeden z uczestników został oblany kawą. Wygląd i zachowanie gościa wróżyło kłopoty. Należało działać bardzo szybko. Kierownik sali, przepraszając, natychmiast zaprosił gościa do służbowego pokoju. Poprosił o garderobę, podając w zamian szlafrok hotelowy, kelner podał sok. Szansą na pozytywne zakończenie była pralnia przyhotelowa. Po 15 minutach garderoba wróciła do właściciela. Cały personel czekał na dalszy rozwój sytuacji. Po skończonym spotkaniu wychodzącego gościa przepraszano powtórnie. Uśmiech zagościł na twarzach personelu dopiero po słowach gościa: „Nie przepraszajcie, w sumie to dzięki wam resztę dnia spędzę w czystym, wypranym i wyprasowanym garniturze".

WSPÓŁPRACA INTERPERSONALNA

W każdej minucie, którą spędzamy z innymi ludźmi, coś im przekazujemy. Nawet, gdy milczymy, nasze ciało, gesty, wyraz twarzy, emitują sygnały. Rozmowa, wymiana, łączność jest procesem, za pomocą którego ludzie dążą do dzielenia się znaczeniami (dźwięki, litery, słowa) informacji (komunikatów). Porozumiewanie się może być realizowane poprzez wypowiedzi ustne, pisemne, gestykulację, barwę i ton głosu. W trakcie porozumiewania się z drugą osobą za każdym razem wysyłamy wiadomość, którą ona odbiera. **Jednak odebrana wiadomość niekoniecznie może być identyczna z wiadomością wysłaną**. Dzieje się tak dlatego, że każdy odbiorca interpretuje ją według własnego uznania. Wiele nieporozumień w relacjach interpersonalnych jest wynikiem złej komunikacji. Niewłaściwe odczytanie intencji z jednej strony, ukryte oczekiwania z drugiej to trudności, których doświadczamy wszyscy każdego dnia w codziennych rozmowach i w codziennej pracy.

O efektywnym porozumiewaniu można mówić wówczas, kiedy treść wypowiadanych przez nas słów jest rozumiana zgodnie z naszymi oczekiwaniami.

Różnice w interpretacji wiadomości często mają miejsce, gdy występują różne style komunikacji. Jeśli dla twojego stylu charakterystyczne jest na przykład opanowanie, dystans i spokój, wolisz stać z boku i obserwować innych, a osoba, z którą rozmawiasz, jest otwarta i komunikuje się w sposób otwarty, dynamiczny i żywy, lubi być w centrum uwagi to, co i jak mówisz, może być przez nią odebrane jako negatywne podejście, chyba że zrozumie ona, że taki jest twój styl komunikowania się. Rolą każdego pracownika jest osiąganie rezultatów, które będą realizowały strategię firmy. **Podstawowym narzędziem w osiąganiu rezultatów w pracy jest komunikacja i relacje między pracownikami.** Każdy pracownik posiada inny stopień kompetencji i zaangażowania.

Dlaczego prawidłowa komunikacja jest ważna?

- Pracownicy muszą przekazywać efektywnie informacje, aby nawiązać wzajemne stosunki, w przeciwnym razie będą narażeni na stres, poczucie alienacji, rozczarowanie i odrzucenie przez innych.
- Nabywanie wiedzy od innych współpracowników i przełożonych oraz uczenie się w oparciu o cudze doświadczenia ma znaczący wpływ na osiąganie sukcesów własnych.
- Umiejętności efektywnego komunikowania się w otoczeniu zawodowym pomagają w budowaniu kontaktów w atmosferze zaufania, otwartości i szacunku dla innych oraz siebie samego.
- Poznanie podstawowych technik komunikacji pozwala na obronę siebie w sytuacjach trudnych oraz radzenie sobie z atakiem, krytyką i odrzuceniem w kontaktach wewnątrz i na zewnątrz firmy.

Bez prawidłowej komunikacji w zasadzie wszelkie działania zawodowe i pozazawodowe ulegają degradacji i są narażone na niepowodzenia. Szkolenie z zakresu komunikacji interpersonalnej w znacznym stopniu wpływa na poziom każdej z przedstawionych poniżej kompetencji.

Komunikacja interpersonalna (z łaciny communicatio - rozmowa, wymiana, łączność) – proces, podczas którego ludzie dążą do dzielenia się znaczeniami za pośrednictwem symbolicznych (dźwięki, litery, słowa) informacji (komunikatów).

Komunikowanie się może być realizowane przez **wypowiedzi ustne, pisemne i różne formy wizualne oraz tzw. mowę ciała** (z angielskiego body language).

Komunikowanie się może być:
- **jednokierunkowe** – nadawca przekazuje informacje bez oczekiwania ich potwierdzenia przez odbiorcę,
- **dwukierunkowe** – nadawca uzyskuje potwierdzenie przekazanej informacji, np. w formie pytań zadawanych przez odbiorcę.

Najprostsza forma komunikowania się polega na przekazywaniu przez nadawcę komunikatu i odebraniu go przez odbiorcę.

Rozróżniamy tutaj dwa rodzaje komunikacji:

Najbardziej popularną formą porozumiewania się jest rozmowa dwóch osób (**dialog**) lub **polilog**, czyli wymiana informacji między kilkoma osobami. Należy mówić i pisać szczerze, jasno, na temat, logicznie, ciekawie i życzliwie.

Na czym polega komunikacja międzyludzka?

Komunikacja interpersonalna jest to wielowymiarowy proces nadawania, przesyłania i odbierania zróżnicowanych formalnie i treściowo sygnałów, którego celem jest doskonalenie porozumienia, współpracy i współdziałania między kilkoma osobami.

Wymiana sygnałów (informacji, emocji, doświadczeń, opinii, postaw) na ogół przebiega dwoma sposobami: **niewerbalnie i werbalnie**.

Komunikujące się osoby przeważnie dążą do **koordynowania i usprawniania** wzajemnych zachowań. Jednakże nierzadko bywa i tak, że ludzi łączą relacje przeciwne niż współpraca, tzn. **więzi rywalizacji, konkurencji, a nawet zdecydowanej walki**. Tego typu kooperacja interpersonalna implikuje swoistą formę zachowań komunikacyjnych. Trzecią odmianą relacji komunikacyjnych jest **neutralność, obojętność, obcość**.

Komunikujące się podmioty pełnią równolegle dwie funkcje: **nadają i odbierają komunikaty**. Poszczególne sygnały i komunikaty mają określone znaczenia. Ich treść i forma powinny być czytelne, zrozumiałe dla obu partnerów interakcji. Ważne jest, by nadawca i odbiorca przypisywali podobne znaczenie przekazywanym sygnałom.

Funkcje komunikacji interpersonalnej
Komunikujące się między sobą podmioty społeczne wspólnie mogą osiągać różnorodne pożądane wartości oraz cele. Obie podstawowe formy porozumiewania się, tzn. komunikacja werbalna i niewerbalna, spełniają określone funkcje.

Ludzie posługują się dwoma „odmiennymi" językami. Są nimi język sformalizowany oraz język potoczny. Każdy z nich ma inne przeznaczenie.

Język formalny cechuje precyzyjnie określona i schematyczna forma oraz dobrze zorganizowany przekaz treści.

Język potoczny kreuje bardziej ludzką atmosferę relacji interpersonalnych, pozwala pokonywać nadmierny dystans między komunikującymi się osobami. Charakteryzuje go swobo-

da, giętkość, symboliczność, obrazowość, zaangażowanie emocjonalne, znaczna częstotliwość sygnałów niewerbalnych. Służy do wzmacniania więzi koleżeńskich, przyjacielskich, towarzyskich.

Komunikacja niewerbalna
Jest to sposób, w jaki ludzie komunikują się (wysyłają i odbierają komunikaty bez używania słów.

Do wskaźników niewerbalnych zaliczamy:
- mimikę twarzy,
- kontakt wzrokowy,
- dotyk,
- gesty,
- pozycje ciała.

Mimika twarzy
Twarz jest najbardziej ekspresyjną częścią ciała – odzwierciedla szybko zmieniające się nastroje, reakcje na wypowiedzi i zachowania rozmówcy. Wyraża przede wszystkim uczucia i emocje. Niektóre obszary twarzy są bardziej ekspresyjne niż inne. Zmiana w zakresie mimiki podlega w dużej mierze świadomej kontroli. Poprzez kontrolowanie i panowanie nad mięśniami twarzy, ukrywamy niestosowne lub nieakceptowane przez otoczenie reakcje. Dzięki stosowaniu tzw. technik kierowania mimiką, możemy osiągać następujące efekty: intensyfikować, neutralizować lub maskować emocje.

Nie oznacza to, że techniki kierowania mimiką pozwalają ukryć przed wnikliwym obserwatorem prawdziwe emocje.

Dzieje się tak przede wszystkim, dlatego, że w wyrażanie określonego stanu emocjonalnego jest zaangażowanych kilka obszarów twarzy, np: szczęście - wyrażają policzki, usta, oczy oraz powieki; złość – policzki, usta, brwi i czoło. Tak więc twarz nie jest ani nieprzezroczysta maską, ani wiernym odzwierciedleniem stanu wewnętrznego i w pewnym stopniu **wyraża również prawdziwe stany emocjonalne**.

Komunikacja niewerbalna „język ciała" spełnia odmienne funkcje. Są to m.in.:
- powtarzanie tej samej informacji drogą słowną i pozawerbalną np. słowne i gestykulacyjne wyrazy uznania, nagany,
- zastępowanie wypowiedzi słownej komunikatem pozajęzykowym np. zamiast zdania: *„podejdź do mnie"* energiczne przywołanie ruchem ręki,
- regulowanie konwersacji, czasu wypowiedzi, przerw, kolejności itp.,
- wzmacnianie sygnałów mówionych przez ekspresję mimiki, gestów, dotyku, wzroku itp.,
- ukrywanie rzeczywistych myśli, odczuć, postaw np. statyczny wyraz twarzy, nieadekwatne relacje dotykowe, unikanie wzroku są sygnałami oporu podwładnego przed wykonaniem powierzonego mu zadania. Często w takiej sytuacji zdarza się, że wydane polecenie nie zostaje wykonane. Dopiero po wyrażeniu niezadowolenia przez zwierzchnika, praca jest wykonywana, ale niedbale lub sprzecznie z zaleceniami.

Komunikacja interpersonalna za pośrednictwem słów oraz zdań mówionych i pisanych jest najbardziej złożoną, swoistą tylko dla człowieka formą porozumiewania się.

Znajomość siebie jest zdolnością do dokładnego zidentyfikowania i zrozumienia swoich silnych stron i obszarów do rozwoju, do rozumienia ich znaczenia dla własnej skuteczności w organizacji i uwzględnienia ich przy optymalizacji własnych osiągnięć.

Odwaga wiąże się z wiarą we własne umiejętności i osądy. Pozwala ona podejmować decyzje lub dokonywać wyborów z dokładnym oszacowaniem i pełną świadomością ponoszonego ryzyka i własnej odpowiedzialności.

Aktywna współpraca oznacza działanie razem z innymi pracownikami i wykazywanie zaangażowania w osiąganie celów grupowych, rozumienie potrzeb i celów innych osób, a także, w razie potrzeby, dostosowanie do nich własnych poglądów i zachowania. Może się to wiązać z poświęceniem własnych celów na rzecz osiągnięcia celów grupowych.

Umiejętność przekonywania innych, bezpośrednio lub przy pomocy właściwych osób trzecich, w celu przekonania ich i zaangażowania w realizację koncepcji, projektów lub działań będących w interesie firmy.

Komunikacja jest najskuteczniejszym sposobem zapobiegania i rozwiązywania konfliktów.

Dzięki jasnym procesom komunikacyjnym członkowie zespołów, pracownicy mogą sprawnie współdzielić informacje, wykonywać własne zadania i realizować polecenia oraz szybko reagować na zmiany.

Współpraca w grupie

Grupa naturalna to zespół ludzi, których charakteryzują następujące określenia:

- Często współpracują ze sobą;
- Postrzegają siebie jako członków zespołu;
- Są uważani przez innych za zespół;
- Mają wspólne normy;
- Biorą udział w systemie podziału ról w zespole;
- Identyfikują się z innymi;
- Widzą swoje znaczenie w grupie;
- Chcą realizować cele grupy;
- Spójnie reprezentują grupę na zewnątrz.

Grupa formalna - to zespół w organizacji, który został powołany do osiągnięcia określonego wspólnego celu (np. pracy nad projektem, generowanie rozwiązań, podejmowanie w niektórych kwestiach decyzji itd.). Funkcją tej grupy są zadania, które są jej powierzone i za które jest ona oficjalnie odpowiedzialna.

Często mylimy pojęcie „grupa", z pojęciem „dział", „firma".

Myślimy o dziale, zespole, jako o grupie współpracując ze sobą ludzi. Najczęściej jednak pracownicy w sposób sztuczny, narzucony znajdują się w zadaniowych zespołach. Zostają oni odgórnie przydzieleni do odpowiednich działów. Rzadko zdarza się, by czuli się grupą, samodzielnie ustalali podział obowiązków oraz podział ról. Zakresy obowiązków, odpowiedzialności ustalane są indywidualnie dla każdego z członków, więc nie może być mowy o istnieniu grupy w prawdziwym tego słowa znaczeniu. Za wykonanie cząstkowego zadania odpowiedzialny jest konkretny pracownik, starając się wiec wykonać powierzane zadania jak najlepiej, realizuje je samodzielne, często z pominięciem innych pracowników działu.

Coraz więcej przedsiębiorstw dostrzega jednak zalety organizowania firm poprzez pracę w grupach. Zakresy obowiązków i odpowiedzialności przydziela się wtedy grupie, nie jednostkom.

Dlaczego warto tworzyć i organizować grupy?
Zespoły pracowników, są bardziej efektywne: osiągają najbardziej optymalne wyniki, obniżają koszty, są szybsze i bardziej racjonalne. Dzieje się tak, ponieważ:

- **Grupy są dobre dla ludzi** - małe grupy zaspokajają ważną dla ludzi potrzebę przynależności. Grupy zapewniają jednostkom wsparcie w momentach kryzysowych, stresu.
- **Grupy łatwiej znajdują rozwiązania** - poprzez różnorodność członków grupy, łatwiej jest grupie znaleźć rozwiązanie danego problemu. W grupie więcej jest innowacyjności i kreatywności niż w poszczególnych jednostkach.
- **Grupy trafniej podejmują decyzje** - decyzje podjęte przez grupy są bardziej przemyślane. Dzięki różnorodności członków grupy, grupa ma możliwość rozważenia problemu z wielu stron.
- **Grupy sprawniej wdrażają zmiany i rozwiązania** - dzięki silnej dyscyplinie grupowej, podziałowi ról, który wykorzystuje siły jednostek, grupom sprawniej i szybciej idzie wykonanie zadań.
- **Grupy efektywniej zarządzają jednostkami** - małe grupy są idealnym narzędziem kontroli i pomocy jednostkom. Dzięki pełnionym rolom, podziale obowiązków członkom grupy łatwiej i szybciej jest zauważać problemy. Weryfikacja i korekta działania następuje natychmiast. Organizacjom potrzebny jest w to miejsce cały system zbierania informacji zwrotnych, następnie ustalania kryteriów oceny, weryfikacji postępów poczynionych przez jednostki.

Czasami zdarza się też, że grupę dotyka poważny bodziec: **konflikt, reorganizacja** itd.

Konflikty mogą zostać wywołane przez pracownika lub przez pracodawcę.

Niestety zdarza się, że pracownik postawiony w takiej sytuacji musi sprzeciwić się swojemu przełożonemu. Żadna ze stron nie chce pójść na ustępstwa, co doprowadza do konfliktu.

Konflikty funkcjonalne - jeżeli powierzone zadanie zostaje wykonane prawidłowo, nie dojdzie do konfliktu. Jeżeli natomiast zadanie nie zostanie wykonane, powstaje konflikt, który może wynikać z niezrozumienia zadania, zapomnienia treści polecenia, braku kwalifikacji, złego wykonania czy błędnej oceny wykonania. Konflikty takie można rozwiązać poprzez wspólne zrozumienie, rozładowanie napięcia oraz bilans możliwości i trudności.

Konflikty organizacyjne - powstają przy nieprawidłowym wykorzystaniu ludzi w pracy, bez uwzględnienia ich kwalifikacji, możliwości i zainteresowań. Takim konfliktom można zapobiec właściwie organizując pracę oraz przestrzegając zasad doboru zawodowego.

Konflikt charakterologiczny – powstaje w związku z tzw. trudnymi charakterami. Unikać takich konfliktów można przez przestrzeganie zasad doboru zawodowego.

Konflikt partnerów - występuję w źle dobranym zespole, kiedy przełożony i podwładny są jednocześnie współpracownikami. Konflikt można zażegnać poprzez zmianę personalną jednej ze stron konfliktu.

Spośród wielu definicji można przytoczyć jedną ogólną, która mówi, że:

Konflikt w organizacji oznacza spór dwóch lub więcej członków albo grup, wynikający z konieczności dzielenia się ograniczonymi zasobami albo pracami lub zajmowania odmiennej pozycji, różnych celów, wartości lub spostrzeżeń.

Członkowie lub działy w organizacji w trakcie sporu dążą do tego, by ich sprawa lub punkt widzenia przeważały nad sprawą lub punktem widzenia innych. Wychodząc z założenia, że

konflikty są czymś normalnym w organizacji, można podkreślić znaczenie działań zmierzających do wyciągnięcia z nich pozytywnych efektów. Można je uzyskać dzięki konstruktywnemu podejściu do ujawnionych sprzeczności, rozwiązywanie konfliktów w sposób ugodowy oraz przez dążenie, aby każda ze stron uzyskała dla siebie coś ważnego. W tym celu należy szczegółowo zbadać wymagania i interesy uczestników konfliktu oraz oddzielić je od subiektywnych uprzedzeń, pretensji i emocji. Jedną z czynności w badaniu konfliktu jest **rozróżnianie między konfliktem i współzawodnictwem**. Można rozpoznać te pojęcia według tego, czy jedna strona może przeszkodzić drugiej w osiągnięciu jej celów. **Współzawodnictwo** występuje wtedy, gdy strony nie mogą wzajemnie sobie przeszkadzać oraz gdy cele stron nie dadzą się pogodzić. Jeżeli jest możliwość przeszkadzania w osiągnięciu celu przez drugi zespół i wykorzystuje się ją to mamy do czynienia z **konfliktem.** Gdy dwie lub więcej stron współpracują dla osiągnięcia wspólnych celów to występuje wtedy **współpraca**.

Współpraca i konflikt mogą współistnieć.

Przeciwieństwem współpracy jest jej brak. Przykładem może być sytuacja, gdy dwie strony nie zgadzają się, co do sposobu realizacji wspólnie obranych celów.

MIXOLOGIA

Ilu ludzi na świecie, tyleż upodobań, a te są przejawem stylu naszego życia. Wiadomo, że niełatwo trafić do czyjegoś gustu, jak również niełatwo zadowolić własny smak, gdy po raz pierwszy spożywamy nieznany drink. Tak jest na ogół w przypadku improwizowanych napojów mieszanych. Są jednak i takie, których jakość i walory smakowe zostały wielokrotnie wypróbowane, sprawdzone oraz akceptowane przez konsumentów, uzyskując światowe znaczenie i popularność. Takie napoje stanowią podstawową pozycję w kartach menu, cechuje je standardowa receptura, spożywane są na całym świecie znajdując uznanie w oczach licznych odbiorców.

Znaczna większość napojów mieszanych była tylko przejawem mody, lokalnego gustu i sporządzana ze specyficznych ingrediencji, stała się chwilowo przysmakiem nielicznych amatorów. **Napoje te umarły śmiercią naturalną**, ich wadą było to, że nie odznaczały się niczym szczególnym, były banalne w smaku, bez charakteru i nie trafiły do szerokiego grona odbiorców i nie zdobyły ich uznania.

Na przestrzeni czasu kierunki gustów smakowych ulegały zmianom i modyfikacjom, to jednak w kompozycji napojów mieszanych istnieją od dawna utarte kanony, żelazną zasadą jest dobre właściwe kojarzenie poszczególnych ich komponentów.

Odpowiednie wykorzystanie wszelkich cech ingrediencji i proporcji jest prawdziwą sztuką miksowania.

Fizjologia mieszania napojów

Zarówno zawodowi barmani, jak również liczni amatorzy tworzenia nowych receptur na napoje mieszane muszą brać pod uwagę podstawowe cechy takie jak:

- barwa,
- aromat,
- smak,
- stopień słodyczy,
- kwaśność,
- cierpkość,
- stopień goryczy składników użytych do miksowania.

Każda nowa receptura powinna mieć **zdecydowany charakter i z góry określony typ**, musi być zharmonizowana organoleptycznie i wyróżniać się oryginalnością. Aby osiągnąć dobre wyniki w kreowaniu nowych drinków mieszanych, należy pamiętać o kilku podstawowych warunkach, jakie musi spełnić fizjologia napojów mieszanych.

Dobór różnorodnych ingrediencji

Poprzez wielokrotne próby z doborem różnych składników należy wyczulić zmysł powonienia i smaku, aby nowo kreowany napój osiągnął harmonię aromatu, smaku, barwy, a także by posiadał charakter orzeźwiający lub stymulujący, lecz aby nie upajał.

Nikt nie jest od razu mistrzem, liczne ćwiczenia ułatwią właściwe reagowanie na aromaty i smaki, odczucia estetyczne i pozwolą osiągnąć potrzebną zwinność ruchów ręki oraz precyzję techniki złożenia napoju.

Pierwsze kroki zawsze są trudne, ale po wielu próbach niejednokrotnie nieudanych, zaczniemy w końcu prawidłowo reagować na subtelności aromatów, smaków i proporcji.

Talent w sztuce mieszania napojów może ujawnić się nie tylko u profesjonalistów, ale czasami również u amatorów.

Właściwości poszczególnych składników
Dobre opanowanie sztuki mieszania wymaga nie tylko wyczulonego podniebienia i języka czy zręczności w miksowaniu. Potrzebna jest **wiedza technologiczna** oraz dobra znajomość charakteru i właściwości poszczególnych składników i skutków ich łączenia ze sobą.

Podstawowe znaczenie ma jakość gatunkowa ingrediencji i umiejętność właściwego ich doboru. Techniki mieszania odgrywają drugorzędną rolę.

Nowość receptury
Równie istotną sprawą jest osiągnięcie całkowitej pewności, czy kreowany nowy drink jest rzeczywiście napojem nowym. Powinniśmy się upewnić czy napój taki nie był już wcześniej lansowany, publikowany w literaturze fachowej bądź innych wydawnictwach.

Chodzi tu o skład użytych ingrediencji jak i o jego nazwę.

Te podstawowe warunki muszą być bezwzględnie przestrzegane przez każdego, kto ma ambicję stworzenia nowego oryginalnego drinka.

Decydujące znaczenie na złożenie nowego napoju mieszanego i perfekcję jego wykonania będzie miało zastosowanie odpowiedniego klucza komponentów.

Są ingrediencje, które źle łączą się ze sobą i wpływają niekorzystnie na końcowe odczucia. Inne zaś pozwalają w mniejszym lub większym stopniu osiągnąć efekt na wzór ogólnie przyjętych gustów smakowych.

Grupy napojów:
- **I grupa** – soki owocowe świeże i konserwowane;
- **II grupa** – napoje musujące bezalkoholowe: wody gazowane, wody sodowe, wody mineralne, 7-UP, Ginger Ale, Coca Cola, Pepsi Cola, Tonic water itp.;
- **III grupa** – soki owocowe niskosłodzone, syropy owocowe, syropy cukrowe (białe), miód;
- **IV grupa** – produkty pochodzenia zwierzęcego: mleko, śmietanka, jajka;
- **V grupa** – wina vermouthowe, wina południowe: Sherry, Porto, wina aperitfowe: Dubonnet, Rossi, St.Raphael itp.;
- **VI grupa** – produkty wino pochodne: Cognac, Armagnac, Brandy, winiaki;
- **VII grupa** – wódki jałowcowe: Gin, Genever, Steinhäger itp.;
- **VIII grupa** – wódki zbożowe starzone i niestarzone: Whisky, Starka, Aquavit, Rye Vodka, wódki czyste itp.;
- **IX grupa** – wódki owocowe specjalne: Apple Brandy (Calvados), Kirsch. Rum, Śliwowica, Swedish Punch itp.;
- **X grupa** – likiery naturalne owocowe: Apricot Brandy, Cherry Brandy, Cointreau, Cordial Medoc, Curacao Orange, Curacao Tripel Sac, Maraschino itp.;

- **XI grupa** – Likiery kremy: Creme de Mocca, Peppermint (zielony), Creme de Menthe Greek, Creme de Bananem, Creme de Cacko itp.;
- **XII grupa** - likiery specjalne (ziołowo-korzenne) i fantazyjne: Anisette, Benedictine, Chartreuse, Kümmel, Parfait Amour, Vielle Cure itp.

Analizując cały podział na grupy możemy zauważyć, że łączenie składników z poszczególnych grup musi dawać charakterystyczne efekty i odczucia.

Składniki grup I, II i III dobrze kojarzyć się będą ze składnikami grupy V, VI i VII, ale nie będą komponowały się pod żadnym względem ze składnikami grup XI i XII.
Dwie ostatnie grupy „gryzą" się między sobą.

Składniki grupy VIII korzystnie komponują się ze składnikami grup V i VI, ale za to mocno kłócą się ze składnikami grup VII i IX. Whisky - główny reprezentant grupy VIII jest wrogiem wszystkich elementów zawartych w grupach VII i IX.

Dobre rezultaty otrzymuje się przy łączeniu składników z grup III i IX, podobnie łączą się ingrediencje z grup I i IV ze składnikami grupy X i XI, przy czym najbardziej uniwersalne są Creme de Bananes, Creme de Cacko, Creme de Mocca.

Inny reprezentant grupy XI – zielony Peppermint, którym delektuje się starsze pokolenie, doskonale komponuje się ze składnikami grupy VII oraz ewentualnie grupy VI.

Przy okazji warto podkreślić, że zarówno Peppermint, jak i Creme de Menthe White, najlepiej spełniają swoją orzeźwiającą rolę, gdy nie są mieszane z innymi składnikami.

Rozważając korzystne łączenia ingrediencji należy przyznać, że **grupa IV daje dobre rezultaty w połączeniach z grupą VI**, jak również z przedstawicielem grupy IX – Rumem.

Nie powinniśmy łączyć Koniaków i Brendy z Vermouthami i Porto.

Nie dodajemy składników z grupy IV do grupy XII poza jednym wyjątkiem, którym jest cocktail „Widow's Dreams"- udana kompozycja.

Czasami negatywne rezultaty przynosi łączenie składników w obrębie tych samych grup i tak, nie łączymy Vermouthów i Porto z grupy V.

Nie dla połączenia whisky z wódką wyborową z grupy VIII.

Nie dla połączenia Kirch z Rumem z grupy IX.

Nie ma przeciwwskazań do łączenia wódki czystej z grupy VIII ze składnikami wszystkich pozostałych poza grupami VI i IX.

Wódka czysta swym neutralnym charakterem harmonizuje z ingrediencjami o intensywnym aromacie i smaku, dodaje mocy, tonizuje natężenie pozostałych składników. Idealnie zastępuje gin w recepturach napoi mieszanych.

Popularne na świecie drinki cieszące się renomą oddają słuszność dokonanej analizie.

I tak dla przykładu znane drinki:
- „Martini" – wywodzi się z grup V i VII;
- „Manhattan" – wywodzi się z grup V i VIII;
- „Side-Car" – wywodzi się z grup I, VI i X;

- „ Bronx" – wywodzi się z grup z grup I, V i VII;
- „Bacardi" – wywodzi się z grup I, III i IX;
- „Gin Fizz" – wywodzi się z grup I i VII;
- „Rogal Fizz" – wywodzi się z grup I, III, IV i VII;
- „Screwdriver" – wywodzi się z grup I i VIII.

Do szczególnie udanych kompozycji smakowych należą połączenia:

- **Wódki czystej** z sokiem pomarańczowym, sokiem grapefruitowym, sokiem lub syropem z limety, syropem z grenadyny, syropami: malinowym, truskawkowym i wiśniowym, z żółtkami jaj, z kawą, kakao, Coca Colą lub Pepsi, tonikiem, sokiem pomidorowym, z Vermouthami, z likierami (Wiśniowym, Curacao, Cacko), z Creme de Menthe, z likierami ziołowo-korzennymi;
- **Ginu** ze składnikami jak do wódki czystej wymienionymi wyżej, oraz białkiem jaja kurzego, z Dubonnet, Campari Bitter, Capri Bitter, Apricot Brandy, Calvadosem itp.;
- **Brandy** z sokiem cytrynowym, z syropami owocowymi szczególnie wiśniowym, z jajami, śmietanką, z Coca Colą lub Pepsi, z Vermouthami, z likierami owocowymi (Apricot Brandy, Cherry Brandy, Curacao, Maraschino), z likierami ziołowymi (Anisset, Benedictine, Chartreuse, Creme de Menthe) itp.
- **Whisky** z sokiem cytrynowym, pomarańczowym, z syropami owocowymi, z wodami zwykłymi i gazowanymi, z 7-UP, Ginger Ale, Coca Colą lub Pepsi, z mlekiem, kawą, piwem, z Vermouthami, Curacao itp.
- **Rumu** ze wszystkimi sokami cytrusowymi, z sokiem ananasowym, z czarnej porzeczki, ze wszystkimi syropami owocowymi, nade wszystko z grenadiną, syropem malinowym i wiśniowym, z mlekiem, śmietanką, jajami, czekolada, kakao, herbatą, Coca Colą i Pepsi, z winami czerwonymi, z Vermouthami, z wieloma likierami i kremami owocowymi oraz z Anisette itp.

Przy komponowaniu zestawów ze zbyt wielu ingrediencji, właściwym jest dodanie soku z cytryny, aby uniknąć nadmiaru słodyczy i mdłego posmaku.

Podobnie działa dodatek w postaci Bittersów pod warunkiem, że zostanie użyty w ilościach przyprawowych.

Z uwagi na wygląd drinka **dobrym dodatkiem uzupełniającym będzie**:

- oliwka,
- cebulka cocktailowa,
- maraska,
- plaster lub cząstka cytryny, pomarańczy, ananasa.

Przy dekorowaniu owocami należy pamiętać, aby nie zakłócić kompozycji napoju, stosujemy je tylko do napoi przejrzystych. Jedyny wyjątek stanowi białko jaja kurzego.

Oliwkę, cebulkę cocktailową, twist ze skórki cytryny lub pomarańcza czy limety oraz pastwi tych owoców stosujemy tylko do cocktaili aperitifowych i wytrawnych, przyrządzanych na bazie ginu lub wódek czystych.

Masarkę, plaster ananasa, pomarańczy, pasterek lub cząstkę cytryny dodaje się do napojów mieszanych półsłodkich, słodkich, szprycowanych, ale zawsze na zasadach właściwej kompozycji.

Powyższe przykłady nie wyczerpują oczywiście niezliczonych możliwości mieszania napojów i osiągania doskonałych rezultatów smakowych dzięki dopasowaniu użytych do tego ingrediencji. W nowo kreowanych napojach należy dążyć do uzyskania

tzw. zaokrąglenia, wyrównanego smaku, **wszystkie dominujące składniki używane w drinkach muszą być subtelne.**

Przy zachwianiu harmonii i wybiciu jednego ze składników, nie możemy spodziewać się powszechnej aprobaty.

Sztuka mixologiczna wymaga wypróbowanego smaku oraz umiejętności i precyzji wykonania. Podobnie jak w sztuce kulinarnej, istnieje wiele sposobów i możliwości czynienia jej kunsztem, którego efektem mogą być prawdziwe arcydzieła dla podniebienia.

Aby nie być gołosłownym na koniec **trochę historii i kilka ciekawostek:**

W związku z powołaniem 8 sierpnia 1945 roku przez Francję, USA, Wielką Brytanię i ZSRR Międzynarodowego Trybunału Wojskowego do sądzenia zbrodniarzy wojennych, pewni barmani opracowali i serwowali w ciągu kilku lat trwania procesu norymberskiego specjalny cocktail o nazwie **„VC" Victoria Cocktail**. Można się domyślić, ze była to aluzja do brytyjskiego nadzwyczajnego odznaczenia bojowego „VC" Victoria Cross.

Drink ten był prawdziwą „siekierą". Składał się z użytych w równych częściach ingrediencji symbolizujących każdy z czterech krajów uczestniczących w Międzynarodowym Trybunale.

A więc:
- francuskiego cognacu,
- amerykańskiej whiskey,
- angielskiego ginu,
- rosyjskiej wódki czystej.

Składniki te niezbyt dobrze harmonizowały się ze sobą, ale mimo to pito ów ostry cocktail w Europie Zachodniej przez blisko 5 lat.

W 10 lat później, z okazji konferencji „Wielkiej IV" (Big Four) mającej na celu położenie kresu Zimnej Wojnie, która to odbyła się w dniach 18-23 lipca 1955 roku, sporządzono i podawano podczas obrad cocktail, który miał symbolizować pokojowy charakter spotkania szefów rządów. **„Cocktail Big Four"** również składał się z trunków, wywodzących się z krajów z każdego uczestników i składał się w równych częściach z:
- rosyjskiej „wódki czystej",
- francuskiego „champagne",
- angielskiego „ginu",
- oraz amerykańskiej „burbon whiskey".

Podobnie jak „VC" Victoria cocktail, kariera cocktailu „Big Four" była bardzo krótka i napój ten niczym specjalnym się nie odznaczał.

Jesienią 1964 roku dla uczczenia szczęśliwego powrotu angielskiej królowej Elżbiety II z podróży po Kanadzie, ekskluzywny londyński hotel „Savoy" wylansował cocktail o nazwie **„Happy Return"**. Była to **mieszanina angielskiego ginu, z cherry brandy i sokiem z cytryny.**

Był udany smakowo i znalazł uznanie amatorów mieszanych drinków.

W 1972 roku z okazji przystąpienia do EWG, trzech kolejnych państw: Irlandii, Wielkiej Brytanii oraz Danii, główny barman hotelu „Savoy" Joe Gilmore sporządził **okolicznościowy cocktail z najlepszych trunków każdego z państw członków Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej.** W równych częściach były użyte:

- Elixir d' Anvers – belgijski likier ziołowy, podobny nieco do Chatreuse, koloru żółtego z posmakiem cynamonu,
- Sloe Gin – brytyjski likier z tarniny,
- Cherry Brandy – duński likier firmy Heewing,
- Steinhäger – niemiecka jałowcówka firmy Schlichte,
- Curaco Orange Dry – holenderski likier firmy Bols,
- Riesing – luksemburskie białe wino wytrawne,
- Irish Coffee – irlandzka kawa na whisky,
- Carpano – włoski wermut biały, słodki.

Nazwany przez Joe Gilmore'a **„Common Market"** (Wspólny Rynek). Cocktail ten serwowany jest w amerykańskim barze londyńskiego hotelu „Savoy".

„Common Market" jest kompozycją dość oryginalną, niektórzy uważają, że ma on smak „octu 7 złodziei", a po wypiciu go trudno utrzymać się w równowadze. Mimo tych szczególnych cech drink ten znajduje wielu zwolenników, głównie wśród snobów, stałych bywalców hotelu „Savoy".

Jak widać opracowanie dobrego cocktailu na podstawie z góry zaprogramowanych ingrediencji nie jest sprawą prostą, a arcydzieło nie zawsze powstaje z mechanicznie zestawionych składników.

Aperitify

Są to specyficzne napoje alkoholowe, najczęściej o mocy pomiędzy 18% a 35% alkoholu, który swoimi właściwościami mają pobudzić, względnie wzmóc apetyt.

Nazwa aperitif wywodzi się od „aperitivus", czyli otwierający, z łacińskiego „aperie" - otwierać. W odniesieniu do napojów, określenie to należy rozumieć jako „otwarcie", „wywołanie" i „pobudzenie" apetytu przed posiłkiem. Aperitify są bardzo popularne na świecie, a szczególnie we Francji. Stąd też przyjęła się nazwa obecnie powszechnie stosowana.

Aperitify ogólnie określają wszelkie środki, których celem jest pobudzenie apetytu, choć niekoniecznie alkoholem. Krótki spacer i lekkie ćwiczenia fizyczne, zjedzenie jabłka przed posiłkiem nie mają nic wspólnego z alkoholem, a przecież same w sobie korzystnie wpływają na organizm, przygotowując go do posiłku. Od wieków znane są różne lecznicze mieszaniny, mikstury w postaci gorzkich kropli, balsamów, gorzkich win zaprawianych gorzkimi ziołami i korzeniami. Wyrabiali je najczęściej mnisi i alchemicy, a podawane były chorym, jako leki na bóle żołądka, przy braku apetytu, zgadze, nudnościach i wzdęciach. Stosowano je również jako środek wzmacniający i poprawiający ogólne samopoczucie. Specyfiki te o gorzkim, parzącym smaku, o właściwościach pobudzających czynności żołądka i wydzielanie soków trawiennych nazwali Bitters (ang. Bitter – gorzki). W skład Bittersów wchodziły przeróżne zioła, kory, korzenie, kłącza, owoce i nasiona z piołunu, czy olejki ze skórki pomarańczy. Największą popularność zdobył gorzki piołun stając się „ojcem" późniejszego aperitifu.

Ziele bylicy piołunu zwane także absyntem, stosowano już od czasów starożytnych, lecząc nim żółtaczkę, malarię, podagrę i brak łaknienia.

Kroniki medyczne podają, że w 1791 roku w pewnym paryskim szpitalu, pędzono destylat absyntowy na wzmocnienie żołądka i wprowadzono tam zwyczaj podawania jednego kieliszka absyntu na 10 minut przed posiłkiem.

Późniejsza historia głosi, że w 1797 w Couvet pewien francuski lekarz sprzedał niejakiemu panu Pernod, recepturę na sporządzenie tzw. „Extrait d'Absinthe". Pan Pernod wkrótce rozwinął produkcję tego lekarstwa. Po śmierci producenta, napój ten nazwano „Pernod", która się przyjęła do dnia dzisiejszego i określa markę popularnego aperitifu. Licznym amatorom drinków na apetyt, producenci bardzo szybko postawili do dyspozycji nowy absynt, który już w niczym nie przypomniał starego napoju. Takim absyntem stała się anyżówka (franc. – liqueur d'Anis). Nasiona anyżku stosowane są w medycynie przy zaburzeniach w trawieniu, a wiec wzdęciach, odbijaniu, stanach skurczowych żołądka i jelit oraz posiadają działanie wykrztuśne, wiatropędne i mleko twórcze. **Aperitify anyżkowe** szybko zdobyły popularność w całej Europie głównie dzięki przyjemnemu intensywnemu aromatowi i smakowi. Posiadają one 40-45% alkoholu do 150 g/l cukru i od 0,7 do 2 g/l olejku anyżkowego. Po dodaniu pewnej ilości wody, bezbarwny napój ulega zmętnieniu na skutek zawartości substancji oleistych.

Najmocniejsze i najbardziej intensywne aperitify anyżkowe produkowane są we Francji i tam cieszą się największym wzięciem. Znane marki to: Pernod, Pastis i Ricard.

Francuzi rozcieńczają aperitif dopełniając go zimną wodą 12-15 cl, a szwajcarzy 5 cl anyżówki rozcieńczają 20 cl wody, trzymając się prawidła: 1 część alkoholu na 5 części wody. **Nie mniej popularne od anyżówki są dzisiaj aperitify bittersowe, zawierające do 49% alkoholu.** Są to nalewki na różnych gorzkich ziołach i korzeniach z dodatkiem destylatów mających stymulować apetyt i tonizować układ trawienny. W 1819 roku firma Kamp w Antwerpii wypuściła na rynek wybitnie żołądkową, o intensywnie gorzko-słodkim smaku wódkę, reklamując ją jako „gorzkie żołądkowe krople" pod nazwą „borne-kamp of Magbitter" i opatrując ją łacińską sentencją „Occidit, qui non servat" – tylko dobro jest trwałe. Ta mocna, ciemnobrązowa wódka żołądkowa o balsamicznym aromacie i smaku przypominającym trochę lukrecję, sporządzana jest z nalewów około 25 ziół i korzeni, do produkcji 100 litrów produktu, zużywa się blisko 10 kg surowca. Naturalnie dokładna receptura „gorzkich kropli". Kampa pozostała tajemnicą ich producenta, mimo to naśladowców miała wielu. I tak w 1846 roku niemiecka firma „Underberg" w Rheinbergu zaczęła produkować wódkę żołądkową z maksymą na etykiecie: „Semper idem" – „Zawsze ta sama" (to znaczy o niezmienionej jakości).

W Polsce, w okresie międzywojennym, gnieźnieńska wytwórnia wódek Bolesława Kasprowicza wypuściła na rynek doskonałej jakości gorzkie krople pod nazwą„Oryginalna prawdziwa Gnesnania Boonkamp", opatrzone łacińską dewizą „Principia obsta" – niszczy zło w zarodku.

Reklama nowej wódki głosiła ponadto: że jest to *najlepszy środek domowy na apetyt i trawienie*. Była sporządzana z 23 gatunków ziół leczniczych i korzeni. Jest produkowana do dziś, aczkolwiek nie jest w pełni doceniana przez odbiorców. W winach ziołowych typu Vermouth oraz w niektórych wódkach bittersowych piołun używany jest w takich proporcjach, że nie powoduje zatrucia. Wino ziołowe na piołunie po raz pierwszy wyprodukował Włoch Antonio Bernardino Carpano w 1786 roku nazywając swój wyrób Vermouthem. Wino to podbiło cały świat i mimo, że produkcją win ziołowych zajęło się wiele krajów, Vermouthy włoskie są niedoścignione. Produkcja Vermouthów we Włoszech skoncentrowana jest w rejonie Turynu, a umieszczona na etykiecie nazwa „Vermouth di' Torino" jest świadectwem wysokiej jakości wina. Receptura mieszanki ziół i korzeni stosowana do wyrobu Vermouthów jest pilnie strzeżoną tajemnicą każdego zakładu i wytwórcy. **Wina te szczególnie lubiane są przez kobiety.**

W skład bittersów poza piołunem wchodzą inne surowce roślinne o podobnych właściwościach, a nawet lecznicze.

Najpopularniejsze składniki bittersów:

- Składniki intensywnie gorzkie:
  - korzeń goryczki, drewno gorzkie (kwassia), ziele piołunu, ziele tysiącznika;
- Składniki mocno gorzkie:
  - liście bobka trójlistnego, kora chinowa (różowa), ziele drapacza lekarskiego, niedojrzały owoc orzecha włoskiego, kłącze rzewienia (rabarbaru);
- Składniki gorzko-piekące:
  - kłącze gałganu (galanga), huba lekarska (modrzewiowa), kłącze imbiru, owoc kardamonu, kora kondurango, owoc kubeby, pieprz czarny, angielskie ziele;
- Składniki łagodne gorzkie i silnie aromatyczne:
  - kora angostury, liście bożego drzewka, skórki curacao, skórki cytrynowe, goździki, drewno gwajakowe, kwiat iwa, owoc jałowca, korzeń lukrecji, owoce i korzeń mirnika wonnego (trebuli hiszpańskiej), gałka muszkatołowa, skórki gorzkiej pomarańczy, niedojrzałe owoce pomarańczy, kora i drewno sassafras, znamię szafranu;
- Składniki aromatyczno-korzenne bez specyficznej goryczy i cierpkości:
  - korzeń i nasiona arcydzięgla, owoce anyżku, owoce badaniu (anyżu gwiaździstego), liście laurowe (bobkowe), kora cynamonowa, kłącze cytwaru, korzeń fiołkowy, owoce kminku, kłącze kosaćca, owoce kolendry, kłącze kurkumy;
- Składniki o intensywnym smaku i zapachu, lekko korzenne, posiadające działanie lecznicze na trawienie:
  - liście aloesu, orzechy cola, chleb świętojański, kwiat cynamonowy, drewno cytrynowe, korzeń inuli, (omanu wielkiego), korzeń jalapy, korzeń kozłka lekarskiego (waleriany) ziele majeranku, liście mięty pieprzowej, liście melisy, kwiat muszkatołowy, korzeń przestępu białego (bryonii) ziele rumianku włoskiego, drewno sandałowe, liście i strąki sensowe, bób tonka.

Wszystkie bittersy stosuje się w minimalnych ilościach od kilku do kilkunastu kropli na jedną porcje drinku. Do wybitnych należy zaliczyć:

- Angostura Bitters;
- Abbott's Bitters;
- Boker's Bitters;
- Orange Bitters;
- Peach Bitters;
- Peychand's Bitters;
- Sangster's Bitters itp.

Na szczególną uwagę zasługuje niedościgniona i niepowtarzalna w swym aromacie i smaku esencjonalna Angostura Aromatic Bitters. Opracował ją doktor J.G. Siegert w 1824 roku w Wenezueli. Początkowo jako gorzkie krople stosowana była jako lek przeciwgorączkowy i przy zaburzeniach żołądkowych. Podstawowym jej surowcem była kora z południowo amerykańskiego drzewa zwanego angostura. Dzisiaj ten aromatyczny ciemno brązowy bitters jest nieodzowną ingrediencją zaprawową do różnego rodzaju napoi mieszanych, stosowany do zup, sałatek, przekąsek, sosów, mięs, deserów, lodów itp. Zawiera 45% alkoholu i 2-3% cukru.

Aromatyczne bittersy innych producentów mają najczęściej silny akcent gorzkich pomarańczy w kompozycji, z niedojrzałym owocem pomarańczy, kwiatem pomarańczy, skórkami pomarańczy, olejkami eterycznymi i gorzkimi nalewami na drewnie gorczycy. Bittersy takie noszą nazwę **Orange Bitters**.

Ze względu na zawartość alkoholu rozróżniamy aperitify alkoholowe i bezalkoholowe, które dzięki zawartym składnikom, w większym lub mniejszym stopniu posiadają właściwości wzmagania łaknienia.

Do aperitifów bezalkoholowych zalicza się:

- wody musujące (mineralne lekko gazowane), stołowe o smaku słonawym,
- kefir,
- sok pomarańczowy, ananasowy, grapefruitowy, pomidorowy, warzywny, jabłkowy, z innych kwaśnych owoców.

Podawane są w ilości do 15 cl.

Do aperitifów naturalnych zalicza się:

- piwo jasne,
- cydr (czysty jabłecznik),
- wszystkie wina południowe – wytrawne z niską zawartością cukru,
- wina typu Sherry, Porto i Madeira, Marsala, a także białe i czerwone Vermouthy.

Porcja piwa nie powinna być większa niż 250 ml, a pić ją się powinno na 15-20 min przed posiłkiem. Cydr otrzymany jest z fermentacji czystego soku jabłkowego i zawiera od 6-8 % alkoholu, produkowany jest w odmianach wytrawny, pół wytrawny, półsłodki. Porcja cydru nie powinna być większa jak 10-20 cl. Natomiast wina południowe i Vermouthy serwowane są w kieliszkach w ilości od 5-10 cl.

Podział aperitifów złożonych

Produkowane są na bazie wina czerwonego lub białego z dodatkiem wyciągu ziół, korzeni, kory itp. Do najbardziej znanych należy Dubonnet Red, Dubonnet Blonc Extra Dry, St. Raphael-Quinquina. Aperitify z tej grupy szprycowane są wodą w ilości od 5-10 cl/5 cl produktu. Do dekoracji używamy plasterek pomarańczy, bardzo często stosujemy jako dodatek syrop cukrowy.

- **Aperitify ze smakiem gorzkim typu bittersowego:**
  - angielska gorzka, czyli English Bitter,
  - Underberg Boonekamp,
  - Capri Bitter,
  - Campari Bitter,
  - Fernet Branca,
  - pomarańczowa gorzka,
  - Rossi Bitter,
  - Martini Bitter.

Aperitify te podajemy w kieliszku cocktailowym lub małym tumblerze, oziębionego produktu (12-14°) dodajemy twist ze skórki cytryny, szprycujemy lekko wodą.

- **Aperitify ze smakiem anyżowym:**
  - Pernod,
  - Ricard,
  - Pastis,
  - Liqueur d'Anis.

Podajemy w kieliszku cocktailowym lub tumblerze schłodzony produkt (10-12°) w ilości 2--2.5 cl względnie 5 cl i serwuje się je ze specjalną dziurkowaną łyżeczką lub małym widelczykiem do ciast, kostką cukru i dzbanuszkiem lub mała karafką zimnej wody (w stosunku 1:4, 1:5) bez słomki. Łyżeczkę lub widelczyk z kostka cukru należy oprzeć o brzeg szklanego naczynia. Następnie bardzo wolno należy lać wodę na cukier umieszczony na łyżeczce, przy czym woda musi ściekać do napoju.

W grupie aperitifów występują także short drinki i long drinki np.:

- **Short drinki aperitifowe**: Bamboo, Bon Appetit, Bronx, Dubonnet Cocktail, Gibson, Gimlet, Golden Bell, Manhatan, Martini Perfect, Zaza itp.

- **Long drinki aperitifowe:** Americano, Bloody Merry, Gin & Tonic, Screwdriver, Salty Dog itp.

Należy przyjąć, że wielkość naczyń szklanych do drinków aperitifowych szprycowanych nie może być zbyt duża. Aperitif z dodatkiem wody nie jest przecież long drinkiem służącym do zaspokajania pragnienia. Aperitif ma pobudzić apetyt. Aperitif nie może również wprowadzić do organizmu zbyt dużej dawki alkoholu, aby nie wywołać skutku odwrotnego od zamierzonego. Należy przyjąć, że czysta wódka może mieć znaczenie aperitifowe pod warunkiem, że dawka jej będzie niewielka, a stężenie alkoholu nie przekroczy 10%.

Trzeba jednak pamiętać, iż stałe codzienne picie alkoholowego aperitifu może przynieść szkodliwe dla zdrowia skutki.

Francuscy mixolodzy twierdzą, że jeśli aperitif ma być kluczem do otwarcia apetytu – to nie może być to wytrych.

Napoje alkoholowe

Piwo

Wszystko zaczęło się od piwa, już kilka tysięcy lat p.n.e. produkowany był słabo alkoholizowany napój, w którym zamiast chmielu dodawano przyprawy takie jak: jagody leśne i miód. Umiejętność warzenia piwa od Babilończyków przejęli Egipcjanie, a w okresie późniejszym Grecy i Rzymianie. W średniowieczu produkcją piwa zajmowali się mnisi, po czym w XVI wieku przerodziła się w pewną gałąź przemysłu, która ulegała stałej modernizacji, a jakość piwa stałej poprawie.

Produkcja piwa w wielu krajach, również w Polsce oparta jest na jęczmieniu jako surowcu podstawowym i obejmuje cztery etapy produkcyjne:

1. Otrzymywanie słodu z jęczmienia
Oczyszczony od zanieczyszczeń jęczmień moczy się w wodzie i rozkłada, po czym ulega kiełkowaniu, zamieniając się w słód.

2. Zacieranie i warzenie brzeczki
Wysuszony i zmielony słód rozrabia się z wodą, inaczej mówiąc zaciera, dodaje chmielu i otrzymaną brzeczkę piwną gotuje, fachowo – warzy.

3. Fermentację burzliwą i leżakową
Po ugotowaniu brzeczkę piwną studzi się do temperatury właściwej dla fermentacji, zadaje drożdżami piwowarskimi i poddaje fermentacji. W zależności od użytych drożdży piwowarskich rozróżnia się dwa typy fermentacji.

- Fermentacja **dolna**, przebiega w temperaturze 5-10°C, drożdże osadzają się na dnie kadzi fermentacyjnej. W ten sposób powstają piwa o złocistej barwie, intensywnym aromacie, o przyjemnym gorzkim smaku, gęstej i trwałej pianie oraz piwa ciemne typu bawarskiego o wysokiej zawartości ekstraktu brzeczki podstawowej, słabej goryczce, zapachu i smaku słodowym.
- Fermentacja **górna**, przebiega w temperaturze 10-20/25°C, drożdże zbierają się na powierzchni brzeczki w postaci piany. W ten sposób powstają piwa słodowe, ciemne, gorzkie typu angielskiego np. Porter oraz jasne o kwaskowatym smaku.

4. Filtrację i rozlewanie gotowego piwa do butelek
Okres leżakowania trwa od 2 tygodni do 6 miesięcy, po czym gotowe piwo filtruje się i rozlewa do beczek lub butelek.

Wino

Uprawa winorośli i produkcja wina rozwinęła się w starożytnej Grecji. Dalsze rozprzestrzenianie szczepów winnych jest zasługą Rzymian.

Napoje winne powstają na drodze fermentacji alkoholowej.

Napoje winne dzielimy na:
- **Wina gronowe** – powstają podczas fermentacji świeżych winogron lub ich soków;
- **Wina owocowe i moszcze winne** – powstają podczas fermentacji owoców pestkowych, ziarnkowych, jagodowych lub ich soków;
- **Miody pitne** – powstają podczas fermentacji brzeczki miodowej. Brzeczka miodowa jest to roztwór wody, miodu pszczelego z ewentualnym dodatkiem chmielu i przypraw korzennych.

Napoje winne są napojami alkoholowymi. Moc alkoholu określa się **procentami objętościowymi**. Procenty objętościowe wskazują ilość litrów alkoholu etylowego w 100 litrach napoju winnego, wartości mierzone są przy temperaturze 20°C.

Wina gronowe
Zawierają objętościowo powyżej 9% do 18% alkoholu i w zależności od barwy rozróżniamy wina gronowe:
- **Białe** - produkowane z winogron białych o jagodach barwy zielonkawej do złocisto-żółtej;
- **Czerwone** - produkowane z winogron czarnych o jagodach barwy niebieskiej do ciemnogranatowej, przy czym barwnik niebieski w odczynie kwaśnym przechodzi w barwnik czerwony. W celu otrzymania intensywnej barwy i koniecznej ilości substancji garbnikowych fermentacji alkoholowej poddaje się miazgę winogronową;
- **Różowe** - produkowane są z soku winogron czarnych (niebieskich) z dodatkiem miazgi winogronowej. W niektórych krajach wina różowe otrzymuje się przez mieszanie win białych i czerwonych (kupażowanie).

W zależności od sposobu konsumpcji i zawartości cukrów rozróżniamy wina:
- **Stołowe –** wytrawne i półwytrawne;
- **Deserowe** – półsłodkie, słodkie, bardzo słodkie, likierowe;
- **Specjalne** – ziołowe, musujące, gazowane.

W zależności od zawartości alkoholu dzielimy wina na:
- słabe (lekkie) – do 10% obj. alkoholu,
- średnio mocne – 10-14% obj. alkoholu,
- mocne – 14-18% obj. alkoholu,
- bardzo mocne (wzmocnione) – 18-25% obj. alkoholu.

Istotnym składnikiem tych win dla tego typu i smaku, są cukry. Zwartość cukrów w winie oznacza się w gramach na 1 litr wina - g/l.

Wina stołowe białe i czerwone

Cechą charakterystyczną dla win gronowych stołowych jest to, że powstają podczas fermentacji alkoholowej soku winogronowego względnie miazgi winogronowej, bez żadnych dodatków.

Wina czerwone zawierają więcej garbników niż wina białe. Substancje te gromadzą się w skórce, szypułkach i nasionach. Dzięki substancjom garbnikowym wina czerwone mają

charakterystyczny aromat, smak oraz duże właściwości dietetyczne.

Właściwości win gronowych stołowych sprawiają, że są one pite podczas jedzenia.

Wina deserowe
Wina o wysokiej zawartości alkoholu i cukrów. Produkowane są z winogron więdnących na krzakach (zrodzynkowane), z których otrzymywany jest moszcz o dużej zawartości cukru. Szczepy tych winogron wymagają bardzo korzystnych warunków klimatycznych, szczególnie podczas dojrzewania i więdnięcia jagód winogron.

Wina ziołowe
Wina gronowe ziołowe tworzą grupę win specjalnych, zwanych **Vermouthami.**

Liczne zioła i korzenie mają decydujący wpływ na smak i aromat Vermouthów. Vermouthy włoskie należą do najbardziej zharmonizowanych pod względem smaku i aromatu, dlatego cieszą się popularnością na całym świecie.

Vermouthy dzielą się na:
- białe (bianco) i (dry),
- czerwone (rosso),
- różowe (rose).

Wina gronowe musujące zwane szampanami, są to wina o dużej zawartości dwutlenku węgla, który po otwarciu butelki i rozlaniu do kieliszków wydziela się w postaci drobnych pęcherzyków, co powoduje perlenie się wina. Wina musujące produkowane są z win gronowych poddanych powtórnej fermentacji, podczas której powstaje dwutlenek węgla pozostawiony w winie. W zasadzie są to wina białe, gdyż wina gronowe musujące różowe i czerwone spotyka się rzadko. Typowym winem musującym jest wino francuskie, wyprodukowane w Szampanii – stąd właśnie pochodzi nazwa „wino szampańskie" lub „szampan". Powtórna fermentacja alkoholowa przeprowadzana jest w butelkach bądź w specjalnych zbiornikach, z których szampan rozlewany jest do butelek.

Pierwsza metoda jest metodą szampańską, druga metoda – zbiornikową. Metoda szampańska jest bardzo kosztowna w produkcji i jako jedyna stosowana w Szampanii, a metoda zbiornikowa znajduje zastosowanie w produkcji win musujących.

Wina gazowane są to wina nasycone mechanicznie dwutlenkiem węgla – nie mają one jednak tak zharmonizowanego smaku i są znacznie mniej cenione.

Cykl produkcyjny szampana:
Po pierwszej fermentacji soku mieszane są różne wina tzn. robi się **cuveé** (kjuwe), po czym następuje wtórna fermentacja wina.

Assemblage (asemblaż) – mieszanie win tego samego gatunku pochodzących z tego samego rejonu.

Coupage – jest to mieszanie win różnych gatunków mogących pochodzić z różnych rejonów Szampanii, a nawet różnych roczników.

Szampan może być produkowany tylko z trzech gatunków winogron (dwa czerwone – Pinot Noir i Pinot Meunier oraz jedno białe – Pinot Chardoonay)

Etapy produkcji szampana:
- **I etap** – still wine (wino ciche);

- **II etap** - cuveé mieszanie win z różnych winnic dosładzanie tzw. likierem jest to odpowiednia kompozycja cukru z trzciny cukrowej + drożdże specjalne + szampan z poprzedniej produkcji i całość nazywamy dosładzaniem;
- **III etap** – rozlewanie do butelek korkowanie + koszyczek;
- **IV etap** – przechowywane w piwnicach w temperaturze od 8 do 10°C, układane na specjalne stelaże w pozycji leżącej. Czas leżakowania – przy zwykłych tzw. nie rocznikowych trwa 1 rok, natomiast przy dobrych rocznikowych trwa 3 lata;
- **V etap** – po wytrąceniu się drożdży układa się butelki szyjką do dołu na 2-3 miesiące. W tym czasie butelki są obracane codziennie o ¼ obrotu (remuage – remiuaż);
- **VI etap** – degorżowanie tzn. szybkie ręczne otwieranie butelek i odrzucenie korka wraz z osadem, ubytek drobnych ilości wina jest uzupełniany dodatkiem likieru rozlewu roztworu cukru w winie z dodatkiem koniaku, wina deserowego i innych substancji aromatycznych. Następnie butelki są korkowane. Korki zabezpieczone są drucianym koszykiem zwanym **agrafe**. Po zakorkowaniu należy lekko potrząsnąć butelką w celu równomiernego rozłożenia się likieru w butelce, **jest to jedyny moment, kiedy można potrząsnąć butelką z szampanem**.

Na korku powinno być wypalone słowo *Champagne*, pokryte warstwą parafiny, a przy Champagne'ach rocznikowych na korku obowiązkowo wypalony jest rok produkcji.

Szampany długoletnie, od 3 do 5, lat nazywamy **Millesime** (milesime), ich smak jest bardzo wytrawny. **Szampan nierocznikowy po 3 latach kończy swoją wartość, natomiast szampan rocznikowy po 5 latach.**

Najbardziej znane i cenione marki szampana to:
- Heidsieck (Monopole),
- Moét et Chandon,
- Mumm,
- Pommery et Greno,
- Louis Roederer,
- Veuve Clicqnot – Ponsardin.

Podział win gronowych według krajów pochodzenia:
- od nazwy winogron, z których zostały wyprodukowane:
  - Wina białe: **Silvaner, Ranina, Traminer, Chardonnay**;
  - Wina czerwone: **Cabernet, Gamza, Merlot**.
- od nazw rejonów geograficznych lub miejscowości, w których zostały wyprodukowane:
  - Wina białe: **Chablis, Graves, Sauternes**;
  - Wina czerwone: **Medoc, Pommard**;
  - Wina deserowe: **Madeira, Malaga, Porto, Samos, Tokaj**.

Poza tym używane są nazwy konwencjonalne: Cabinet, Bikaver, Liebfraumilch.

Najbardziej racjonalne są nazwy win określające, z jakich winogron i w jakim rejonie lub miejscowości, wino zostało wyprodukowane. Do takich nazw należą między innymi: Badacsonyi Rizling, Balatonfuredi Rizling, Traminec Ljutomer, Marud Asenovgrad.

Na etykietach obok nazwy wina znajduje się również nazwa firmy, przedsiębiorstwa produkującego dane wino oraz rok produkcji.

Klarowność napojów winnych jest zasadniczym warunkiem przydatności do spożycia. **Wina w butelkach powinny być całkowicie klarowne, bez opalizacji, zawiesin i osadów.** Wina gronowe leżakujące przez dłuższy czas w butelkach przechodzą procesy natu-

ralnego dojrzewania, w rezultacie, których wino zyskuje na zapachu i smaku.

Zapach wina to zespół cech odczuwalny węchem pochodzących z winogron, substancji aromatycznych, powstałych podczas pielęgnacji i leżakowania wina.

AROMAT – jest to zespół substancji zapachowych pochodzących z winogron.

BUKIET – jest to zespół substancji zapachowych powstałych podczas leżakowania (dojrzewania wina).

Wina w butelkach powinny być przechowywane w pomieszczeniach czystych, przewiewnych i możliwie zaciemnionych. Temperatura pomieszczeń powinna być stała i mieścić się w granicach od 7°C do 15°C, a wilgotność względna powietrza powinna wynosić 70-80%.

Zbyt niska temperatura powoduje zmętnienie wina, **zbyt wysoka** - wtórne sfermentowanie wina.

Butelek z winem nie należy składować w pobliżu urządzeń grzewczych i nie wystawiać na działanie promieni słonecznych.

Pożądane jest przechowywanie win w butelkach w pozycji leżącej, w celu zabezpieczenia przed wysychaniem korka. Dzięki takiemu przechowywaniu zamknięcie butelki jest szczelne.

Wina odleżałe (stare), z osadem należy przed podaniem do stołu przelać ostrożnie z butelki do karafki, a przy bezpośrednim nalewaniu takiego wina do kieliszków należy zwracać uwagę, aby nie dopuścić do zmieszania wina z osadem. **Dekantacja wina**, to czynność polegająca na ostrożnym przelaniu starego wina z osadem do karafki dekantacyjnej. Należy to zrobić bardzo umiejętnie, tak, by osad znajdujący się w butelce nie przedostał się do wina. Dekantację stosujemy również do win rocznikowych w celu wydobycia pełnego aromatu i bukietu z wina.

Temperatury podawania win:	
❖ Wina białe wytrawne i pół wytrawne	8 – 12° C
❖ Wina czerwone wytrawne	16 -18° C
❖ Wina białe półsłodkie i słodkie	12 – 14° C
❖ Wina czerwone półsłodkie i słodkie	14 – 16° C
❖ Wina ziołowe (Vermouthy) wytrawne	6 – 8° C
❖ Wina ziołowe (Vermouthy) słodkie	12 – 14° C
❖ Wina szampańskie i gazowane	6 – 8° C
❖ Miody pitne	14 – 16° C

Obniżenie temperatury wina można dokonać przez włożenie butelki do naczynia z lodem lub do lodówki.

Ogrzanie wina do temperatury 18°C, osiąga się przez dłuższe pozostawienie go w ciepłym pomieszczeniu lub przez owinięcie serwetką, zmoczoną w gorącej wodzie. Nie należy ogrzewać wina nad gorącą płytą kuchenną lub w gorącej wodzie – butelka może pęknąć.

Należy zwracać uwagę, aby ochłodzenie względnie ogrzewanie wina następowało stopniowo.

Zasady picia wina

Znajomość zasad picia wina i umiejętność zastosowania poszczególnego wina do odpowiedniej potrawy stanowią niezbędny warunek do osiągnięcia efektów smakowych, uprzyjemniających spożycie posiłków. **Wino wzmaga apetyt i ułatwia trawienie**, jednak nawet najlepsze wino podane do stołu niezgodnie z przyjętymi zasadami, nie spełni swego zadania i nie sprawi pijącemu przyjemności. Różnorodność rodzajów wina stwarza możliwość doboru odpowiedniego gatunku do każdej potrawy. Posiłki i napoje powinny razem ze sobą tworzyć jak największą harmonię zapachu i smaku.

Przed posiłkiem pije się tzw. aperitify – napój alkoholowy pobudzający apetyt. Takim napojem jest między innymi wino ziołowe – Vermouth. Będzie to Vermouth wytrawny, rzadziej słodki, który raczej jest pity jako wino deserowe. Jako aperitif pite są również wina południowe mocne wytrawne lub półwytrawne (Porto, Maeira, Sherry).

Wina białe wytrawne – podaje się do: kawioru, sardynek, ostryg, raków, homarów, ryb na zimno, drobiu na zimno, jaj, serów, szparagów.

Wina białe półwytrawne – podaje się do: ryb w białym sosie, móżdżków, drobiu na zimno, szparagów, makaronów, groszku zielonego, fasolki. Do tych dań mogą być podawane również wina białe wytrawne.

Wina czerwone wytrawne – podaje się do: szynki, polędwicy, salami, cynaderów, cielęciny, schabu, wątróbek, dziczyzny, wołowiny, wieprzowiny, baraniny, drobiu pieczonego, mięs pieczonych, pasztetu z ozorów.

Wina deserowe (wszystkie) – podaje się do: herbatników, biszkoptów, ciast, ciastek, tortów, owoców i wszystkich deserów oraz czarnej kawy.

Nazwy win w zależności od stopnia zawartości cukru

Smak wina	J. Francuski	J. Angielski	J. Włoski	J. Niemiecki	J. Rosyjski
Zupełnie wytrawne	Brut	Brut	Brut	Naturherb	Бриют
Bardzo wytrawne	Tres Sec Extra Sec	Extra dry	Extra dry	Ganz Trocken	Очень сухое
Wytrawne	Sec	Dry	Secco	Trocken	Сухое
Pół wytrawne	Demi sec	Semi dry	Semi Secco	Halbtrocken	Полсухое
Pół słodkie	Demi doux	Semi Sweet	Sami Dolce	Halbsüss	Полсладкое
Słodkie	Doux	Sweet	Dolce	Süss	Сладкое

Przykazania dobrego podawania win:

- wina białe przed winami czerwonymi,
- wina lżejsze przed mocniejszymi,
- przed każdym winem podajemy wodę mineralną niegazowaną,

- wina podajemy do posiłków,
- wina młode i lekkie podajemy w karafkach (w krajach winiarskich wina młode i lekkie są w beczkach),
- wina stare w butelkach oryginalnych podajemy w koszykach,
- wina bardzo dobre dekantujemy,
- wina nie potrząsamy, ostrożnie je przenosimy i nalewamy.

Miody pitne

Miody pitne produkowane są z miodu pszczelego. Poprzez dodatek wody do miodu pszczelego w stanie ciekłym (tzw. patoki) otrzymujemy roztwór zwany **brzeczką miodową.**

Podczas fermentacji alkoholowej brzeczki miodowej powstaje miód pitny. Czas fermentacji zależy od ilości wody w brzeczce – im więcej miodu, tym dłuższa fermentacja. W celu osiągnięcia właściwych smaków miodów pitnych, do brzeczki dodaje się bardzo często przyprawy korzenne, zioła, soki owocowe – otrzymujemy wtedy miody: korzenne, ziołowe, owocowe.

W zależności od zawartości (stosunku) miodu do wody, rozróżniamy miody mniej lub bardziej słodkie:

- **dwójniak** - jedna część wody na jedną część miodu,
- **trójniak** - dwie części wody na jedną cześć miodu,
- **czwórniak** - trzy części wody na jedną cześć miodu.

Miody pitne podaje się tak samo jak wina deserowe.

W zależności od przygotowania brzeczki miodowej, rozróżnia się miody pitne:

- **Nienasycone** - otrzymuje się wtedy, gdy mieszanie patoki i wody zimnej następuje na zimno. Sposób ten jest stosowany przy produkcji miodów wysokiej jakości o pięknym aromacie, z miodu lipowego lub kończynowego. Przygotowanie brzeczki na zimno, chroni w dużej mierze substancje aromatyczne przed utlenianiem;
- **Sycone lub warzone** – wytwarzane są przez sycenie brzeczki, to jest przez gotowanie wody z miodem. Podczas tego zabiegu miód traci na aromacie, ale zyskuje nieco na smaku. Ten sposób produkcji przyśpiesza rozpuszczenie się miodu pszczelego i stosowany jest obecnie na skale przemysłową.

Wódki

Napoje alkoholowe sporządzane ze spirytusu rektyfikowanego i wody, uszlachetniane zwykle przez obróbkę węglem aktywnym. Wódki czyste, mimo to, że produkowane z dwóch składników, w poszczególnych krajach znacznie się różnią. Jest to spowodowane:

- używaniem różnych rodzajów spirytusu (ziemniaczany, melasowy, zbożowy, winny, itp.),
- różną jego jakością (zwykły, wyborowy, luksusowy),
- rodzajem użytej wody,
- różniącą się nieco technologią.

Za najlepsze uważa się wódki uzyskane ze spirytusu zbożowego.

Wódki gatunkowe

Są to napoje alkoholowe, które oprócz spirytusu i wody zawierają substancje aromatyczne nadające im dla danego wyrobu charakterystyczny zapach i smak. Jako substancji zaprawowych używa się:

- soki i nalewy owocowe,
- nalewy ziołowe,

- spirytusy owocowe,
- naturalne olejki eteryczne,
- niekiedy używa się barwników spożywczych, czyniących wyrób bardziej atrakcyjnym.

Whisky

Nazwa pochodzi od celtyckiej nazwy **uisque beatha**, czyli woda życia.

Whisky jest naturalną wódką zbożową, sporządzoną ze słodu jęczmiennego, żyta i kukurydzy. Produkcja whisky obejmuje kolejno następujące procesy:

- sporządzanie zacieru zbożowego,
- scukrzenie skrobi zbożowej,
- fermentację zacieru,
- odpęd wytworzonego alkoholu,
- leżakowanie surowej whisky,
- kupażowanie,
- rozlewanie do butelek.

W zależności od pochodzenia rozróżnia się cztery główne typy whisky, które opisane zostały poniżej.

Whisky szkocka
Produkcja rozpoczęła się w północnej Szkocji (tzw. Highland). Jako surowiec stosowano wyłącznie słód jęczmienny. Obecnie whisky szkocką otrzymuje się ze zbóż poddawanych słodowaniu, warzeniu, fermentacji, destylacji, leżakowaniu, mieszaniu i butelkowaniu. Celem uzyskania odpowiedniego gatunku whisky miesza się (blended) ją z różnych zbóż:

- **whisky słodowa 40%,**
- **whisky żytnia 60%.**

Jakość whisky zależy od:

- jakości słodu,
- jakości górskiej wody,
- specjalnego sposobu suszenia ziarna,
- technologii fermentacji i destylacji,
- leżakowania w beczkach po winie Sherry,
- mistrzowskiego kupażowania.

Whisky dopuszczona jest do handlu tylko wtedy, gdy najmłodszy użyty do zestawu destylat był przez co najmniej 3 lata leżakowany w beczkach dębowych. Przed rozlaniem do butelek whisky rozcieńcza się miękką wodą do mocy 35-55% objętości alkoholu. Na etykietach butelek wielu whisky podkreśla się jej wieloletniość (6 i więcej lat), na export dopuszczona jest whisky leżakowana 4 i więcej lat.

Najbardziej znane marki whisky szkockiej:

- Johnny Walker,
- Haig, Black & White,
- White Horse,
- Ballantine's, White Label.

Irlandzka Whisky
Jest zbliżona do szkockiej whisky, ale nie jest uważana za równorzędną. Wymagany okres leżakowania to 5 lat w beczkach dębowych po Sherry, Bourbonie i Rumie. Do produkcji Irish Whiskey używa się 50% słodu jęczmiennego, innych rodzajów zbóż nie poddanych słodowaniu:

- **30% jęczmień,**
- **10% żyto,**
- **10% pszenica.**

Jest przydymiana nieznacznie dymem z węgla, destylowana trzykrotnie, o dużej przejrzystości, o przyjemnym zapachu. Słabsza od szkockiej whisky o mocy do 40%, jaśniejsza, ma bardzo subtelny aromat. Jest podstawowym składnikiem do przyrządzania Irish Coffee.

Malt Whisky
Produkowana ze słodu jęczmiennego. Po okresie słodowania, słód w beczkach umieszcza się na sitowych półkach wieżowych suszarń. Suszy się podczas spalania koksu przykrytego wilgotnym torfem. Słód nabiera dymnego aromatu, typowego dla tej whisky.

Amerykańska Whisky

- **Bourbon Whisky**

Najbardziej znana i rozpowszechniona. Sporządzona z kukurydzy, co najmniej 51%, okres leżakowania to minimum 2 lata. Leżakowana w nowych beczkach dębowych, w których wewnętrzna powierzchnia została wypalona węglem drzewnym do grubości 1-2 mm. Węgiel ten nadaje destylatowi dymny posmak, absorbując niepożądane dla alkoholu składniki. Otrzymana whisky ma złoty kolor i łagodny smak o wyraźnie delikatnym bukiecie. Beczki dębowe używane są tylko jeden raz.

- **Rye Whisky**

Produkowana jest z zacieru, do którego użyto co najmniej 51% żyta.

- **Corn Whisky**

Produkowana jest z zacieru, do którego użyto co najmniej 80% kukurydzy.

- **Wheat Whisky**

Produkowana jest z zacieru, do którego użyto powyżej 51% pszenicy.

Oznaczenia amerykańskiej Whisky (American blended whisky):

- **Straight** – jednolita, otrzymywana w 51% z jednorodnego zboża, która leżakowała w beczkach dębowych, co najmniej 2 lata o mocy 40% alkoholu;
- **Blended Straight Bourbon Whiskey** – whisky czysta, mieszana, z różnych roczników, różnych destylarni i z różnych beczek;
- **American Blended Whiskey** – stanowi mieszankę różnych straightów whisky (rye, corn, wheat) jest słabsza ma jaśniejszy kolor i łagodniejszy smak niż bourbon.

Kanadyjska Whisky
Jest produkowana, podobnie jak amerykańska, głównie z kukurydzy i żyta. Drugi gatunek to min. 51% żyta z dodatkiem pszenicy, kukurydzy i słodu jęczmiennego. Leżakuje minimum 3 lata, w praktyce przeważnie jednak 6, w dębowych beczkach wypalanych węglem drzewnym (względnie w beczkach po Bourbon Whiskey). W handlu występuje jako blended, najbardziej popularna **Canadian Blended Whiskey** – mieszanka kukurydzy i żyta.

Gin

Narodził się w Holandii w XVI wieku, słowo gin jest przekręceniem francuskiej nazwy jałowca genievre. Jest to wysokiej jakości wódka otrzymywana z najlepszego rektyfikatu, z reguły zbożowego, poddawana dodatkowej destylacji. Opary spirytusu wytwarzające się podczas destylacji, przedostają się przez aparat zawierający różne (w zależności od receptury) substancje aromatyczne przede wszystkim jałowiec, arcydzięgiel, kardamon, kolendrę, skórki pomarańczy i cytryny, anyżku i kminku, przy czym nabierają odpowiedniego zapachu i smaku.

Obecnie produkowany gin otrzymywany jest głównie ze słodu jęczmienia z dodatkiem żyta, pszenicy, kukurydzy.

Otrzymany neutralny alkohol przyprawiany jest do smaku głównie jagodami jałowca i innymi ziołami korzennymi. Jałowiec jest sprowadzany ze Szwajcarii i Włoch. Jałowiec po sprowadzeniu rozkładany jest na siatkach i leży 2 lata, aby osiągnął swój specjalny smak. W Cornwalli gin dosmacza się odmianą śliwek moczonych w alkoholu i nosi nazwę **Sloe Gin**.

Old Tom Gin – słodzony syropem z cukru.

Lemon and Orange Gin – aromatyzowane skórkami cytryny oraz pomarańczy.

Firmy angielskie produkujące gin to:

- Beefeater Gin z charakterystyczną postacią strażnika zamku Tower na etykiecie,
- Brunet Gin,
- Gilbeys Gin,
- Gordon Gin,
- Nicholson Gin.

Firmy holenderskie produkujące gin to:

- Genever E.L Bols – firma: Silver Top Londyn Dry Gin (jedyny przypadek użycia angielskich słów);
- Bols Zeer Oude Genever – leżakowany w beczkach sprzedawany w butelkach z kamionki.

Gin produkowany we Włoszech przez firmę Martini, na licencji i recepturze angielskiej:

- Bosford extra dry Londyn Gin.

Rum

Jest to napój alkoholowy otrzymywany poprzez fermentację, a następnie destylację:

- **Melasy trzciny cukrowej** – piany zebranej przy gotowaniu soku trzcinowego oraz wywaru (tzw. dunder), tzn. pozostałości po oddestylowaniu spirytusu z przefermentowanego zacieru melasowego z poprzedniej kampanii cukrowej (metoda przemysłowa),
- **Z soku trzciny cukrowej** (metoda rolnicza).

Melasa jest produktem ubocznym przy produkcji cukru np.: buraków czy trzciny. Różnice w składzie zacieru oraz sposobie fermentacji i destylacji, powodują znaczne różnice w zawartości aromatycznych składników destylatu, przede wszystkim estrów.

Producenci rumów:

- Wyspy morza karaibskiego: Jamajka, Kuba, Gujana Brytyjska, Puerto Rico, Gwadelupa, Haiti.

Handlowy podział rumów:

- Rumy ciężkie – o bardzo intensywnym aromacie, ciemno zabarwione, produkowane przez firmy angielskie na Jamajce, Gwadelupie i Gujanie Brytyjskiej;
- Rumy lekkie – o jasnym odcieniu, łagodniejsze w smaku, bardziej intensywnym aromacie, produkowane przez firmy francuskie oraz rumy z Kuby, Haiti i Puerto Rico;
- Jamajka: rum Negrita bardziej wytrawny o intensywnym aromacie, lekko ostrym smaku, złocisto miodowy lub słomkowo biały o wytrawnym smaku Negrita Dry Light Rum;
- Lemon Hard Golden Jamajka rum – rum złagodzony owocami;
- Barbados: rumy aromatyzowane winem, migdałami i rodzynkami;
- Gujana Brytyjska: rumy bardzo mocne i aromatyczne, ciemne wśród nich D'Marara;
- Trynidad: rumy młode, mocne i ostre w smaku;
- Kuba: rumy jasne o umiarkowanym aromacie, wspaniałym smaku (niezastąpione przy sporządzaniu napojów mieszanych np.: Bacardi rum);
- Rumy ciężkie: używa się do herbaty, grogu, deserów i ciast;
- Rumy lekkie: zwłaszcza stare, pijemy bez domieszek, używamy do cocktaili i deserów.

Rum starzony jest w beczkach dębowych, produkowany metodą rolniczą około 3 lat, rumy produkowane metodą przemysłową od 3 do 20 lat. Generalnie rumy białe mają okres leżakowania od 3 do 5 lat, natomiast rumy ciemne od 5 do 15 lat.

Wina południowe

- Sherry – nazwa angielska,
- Xeres – nazwa francuska,
- Jerez – nazwa hiszpańska.

Jest to wino deserowe, do którego produkcji używa się winogron o najwyższej jakości. Są to ściśle ustalone 3 gatunki białych winogron. Rozpościera się je na matach i zasusza, aby upodobniły się do rodzynek. Po wytłoczeniu moszcz ścieka do kadzi, umieszczonych w obszernych, wysokich, naziemnych pomieszczeniach składowych zwanych bodegas, gdzie po kilkudniowej burzliwej fermentacji i kilku miesięcznej spokojnej fermentacji wino zaczyna się klarować. Następnie rozpoczyna się szczególny proces starzenia w tzw. systemie Solera, w którym beczki z winem są układane w trzech warstwach jedna nad drugą. Obciągi wina dokonuje się zawsze z dolnej warstwy, a uzupełnia kolejno z warstwy wyższej. Kupażując w ten sposób wino starsze z młodszym. Stosując wyżej wymienioną „sherryzację" systemem Solera, uzyskuje się kilka gatunków wina w zależności od rodzaju użytych drożdży, jakości beczek dębowych, usytuowania bodegi itp.

Zasadniczymi typami wina Sherry są:

- **Fino –** barwa jasno słomkowa przypominająca topaz, zupełnie wytrawne, o małej mocy i niskiej kwasowości. Smak wina jest świeży, delikatny, ze śladem posmaku migdałowego. Przed rozlaniem do butelek wino leżakuje co najmniej 5 lat;
- **Amontillado –** barwa ciemna koloru bursztynowego, mocniejsze (około 18%) zestarzane Fino, również wytrawne, ale z mocniej uwydatnionym zapachem migdałowym.
- **Oloroso –** o barwie złocistej z czasem ciemniejącej, wytrawne lub słodkie w zależności od momentu, w którym moszcz został zalkoholizowany destylatem winnym. Jest to wino mocne (18-20%) pełne i treściwe w smaku, z pewnym posmakiem orzechowym. W sprzedaży słodkie Oloroso występuje pod nazwą „Cream Sherry", „Manzanilla" – odmiana Fino produkowana w winnicach na wybrzeżu dookoła miasta San Lucar de Barrameda. Sherry Fino podajemy jako aperitif, natomiast słodkie i cięższe Oloroso najbardziej nadają się na trunki popołudniowe lub wzmacniające po wysiłku fizycznym. **Zasadniczo wina te pijemy w temperaturze pokojowej,**

ale ostatnio zimne, a nawet z lodem. Mają zastosowanie do sporządzania cocktaili (Sherry Cobbler)

Cognac

Koniak jest produkowany we Francji na obszarze oznaczonym dekretem z 1.V.1909 r., obejmującym departamenty Chartente i Charente Maritime. Rejon ten nosi nazwę Cognac od miasteczka o tej nazwie, będącego centrum produkcji tej szlachetnej wódki i siedzibą wielkich firm koniakowych jak:

- Martel,
- Salignac,
- Hennessy,
- Rémy Martin i wiele innych.

Obejmuje 6 okręgów, w których produkowane wódki mają prawo do kontrolowanej nazwy pochodzenia Cognac i do odpowiedniego zaświadczenia akcyzowego (tzw. Acquit Jaune d'Or) są to:

- Grand Champagne,
- Petite Champagne,
- Borderies,
- Finis Bois,
- Bons Bois,
- Bois Ordinaires.

Wina tu produkowane pochodzą obecnie przeważnie z odmiany winogron Saint-Emillion oraz Folle Blanche i Colombar. **Destylacja jest co najmniej dwukrotna** i odbywa się w niewielkich prostych aparatach destylacyjnych, typu Charente, w wyniku, czego otrzymujemy destylat winny o mocy, około 70%, ale nie więcej niż 72% alkoholu. Przy drugiej destylacji, należy umiejętnie odrzucić pierwsze i ostatnie frakcje destylatu. Następnie destylat jest leżakowany w beczkach dębowych (najlepiej z dębu limuznowego).

Region Cognac podzielono na 7 części produkcyjnych według jakości produktów:

- **Grand Champagne** – są to koniaki najwyższej jakości, bardzo aromatyczne i przejrzyste;
- **Petite Champagne** – koniaki o bardzo wysokiej jakości, mocniejsze i bardziej ostre w smaku;
- **Broderie (folwarczki)** – bardzo wonne, delikatne, wysokiej jakości, na ogół nie są starzone, ponieważ najlepiej smakują jak są młode;
- **Fins – Bois** są to koniaki dobrej jakości;
- **Bons – Bois** są to koniaki średniej jakości;
- **Bois – Ordinaire**;
- **Bois – Commus** są to koniaki dostatecznej jakości.

Kolejne przepisy 1909 roku ustaliły, że:

- Nazwę cognac, będzie mógł nosić tylko ten trunek, który zostanie wytworzony z wina wyprodukowanego z winogron zebranych w winnicach z rejonu Cognac.
- Do jego produkcji zostaną użyte wina białe, uzyskane w 98% z gatunku winogron Saint-Emillion i Colombar.
- Przy wyciskaniu moszczu, nie będą używane prasy, które za mocno je miażdżą (metoda Archimedesa).
- Dwukrotna destylacja będzie przeprowadzona w tradycyjnych miedzianych aparatach (Charante).
- Trunek będzie leżakował w beczkach dębowych z drewna pochodzącego z Limousin (limuzę) lub Troncais.

- Moc trunku po drugiej destylacji nie będzie niższa niż 68-72%, a przy sprzedaży nie będzie niższa niż 40%.

Destylacja polega na podgrzaniu wina i w odpowiednim tempie ochłodzenia par alkoholu w chłodnicy, która jest zanurzona w wodzie deszczowej. Podczas drugiej destylacji frakcje początkowe i końcowe tzw. głowa i ogon, są przepuszczane do osobnego zbiornika natomiast **frakcja środkowa tzw. serce** jest legalnym właściwym alkoholem mającym 68-72% alkoholu.

Dojrzewanie, starzenie, leżakowanie

Bardzo istotny okres w tworzeniu się koniaku, przebiega w beczkach dębowych z lasów Limousin. Beczki wykonane są ręcznie z drewna odpowiednio dobranego i wysuszonego.

Destylat na koniak, który jest bezbarwny, ostry i niearomatyczny, w pierwszym roku leżakuje się w beczkach nowych, pozostaje pod działaniem taniny i nabiera koloru nowego drewna. Natomiast w latach następnych ściąga się trunek do coraz starszych beczek. Beczki te leżą w szopach, zadaszonych, bardzo przewiewne i można powiedzieć, że leżą na wolnym powietrzu. Najstarsze koniaki około 50 - letnie, przelewa się z beczek do szklanych gąsiorów. W czasie leżakowania alkohol wyparowuje. Ubytki alkoholu w beczce uzupełniane są zawsze koniakiem starszym, decyduje o tym szef piwnic (stanowisko rodzinne), pobiera próbki z wszystkich beczek i on decyduje, które beczki można zmieszać (kupaż).

Wiek koniaku ocenia się zgodnie z prawem według wieku najmłodszego koniaku wytypowanego do zmieszania, a nie według średniej wieku mieszanki. Przez dolanie destylowanej wody, uzyskuje się moc alkoholu do sprzedaży. Przemieszany i osłabiony koniak leżakowany jest jeszcze rok w beczkach. W beczkach wyrównuje się jego smak i aromat, poczym następuje rozlanie do butelek. Przed zakorkowaniem korki moczone są w koniaku.

Dystynkcje koniaków:
Na etykietach butelek koniaków, nie ma podanego wieku. Obecnie zgodnie z ustaleniami prawa francuskiego wszystkich producentów i sprzedawców francuskich obowiązują następujące oznaczenia:

- *** **lub V.S.** – może otrzymać koniak, gdy najmłodszy koniak w beczce (mieszanina), z której rozlano go do butelek był leżakowany 18 miesięcy. Wiele krajów importujących koniak, wymaga większej ilości lat starzenia np.: Wielka Brytania min. 3 lata starzenia, a USA min. 2 lata;
- **V.O. – V.S.O.P.** – można umieścić na etykiecie, gdy najmłodszy koniak w beczce był leżakowany min 4-5 lat. Nie mniej wielu producentów koniaku stosuje dłuższe okresy starzenia najmłodszego koniaku, który ma być zmieszany w beczkach.

Koniaki Luksusowe posiadają prestiżowe nazwy:

- V.V.S.O.P.,
- Vieille Reserve,
- Grand Reserve,
- Reserve,
- X.O.,
- X. (Extra),
- Cordon Blue (wstęga błękitna),
- Cordon d'argent (wstęga srebrna),
- Paradi,
- Antiqua,
- Brown (brązowy ciemny),

- V.O.B. (very old brown – bardzo stary bardzo ciemny o dużej zawartości taniny).

Oznaczenia te można umieścić na etykiecie wtedy, gdy najmłodszy koniak użyty do uzupełnienia beczek leżakował min. 5 i więcej lat.

Hors d'age względnie Age Incomu – co oznacza wiek nieznany. Luis III koniak firmy Remy Martin, sprzedawany jest w kryształowej karafce i jest bardzo drogi.

Fine Champagne oznacza to, że destylaty zmieszane są 50% z prowincji Grand Champagne i 50% z prowincji Petite Champagne.

Champagne nie należy utożsamiać w tym przypadku z winem szampan, słowo pochodzi z łaciny i oznacza otwartą przestrzeń.

Oznaczenia Martela:
- V.O. – Fine Pale – wytrawny słomkowy,
- V.S.O.P – Medalion (medal),
- V.S.O.P. – Gordon Blue – prestiżowa nazwa, coraz lepszy, a mimo to nie gwarantuje wieku. Można przyjąć bez zastrzeżeń, że oznaczenia te potwierdzają coraz lepszą jakość i wiek oferowanych koniaków,

Seguin (French Brandy) na szyjce ma złote kółko z oznaczeniem V.S.O.P. jest to dobry trunek.

Louis Royer
Cognac Napoleon V.S.O.P. na szyjce ma złotą pieczęć z literą „N" (Napoleon) i ma złotą trójkolorową wstążeczkę. Jest to cognac z wszystkimi walorami smakowym, aromatycznymi, najprzedniejszy.

Koniaki podajemy w temperaturze 18-20°C, pijemy przy kawie i cygarach. Pijemy małymi łyczkami, ogrzewając w dłoniach dla wyzwolenia aromatu i bukietu.

Drugim obok koniaku słynnym winiakiem francuskim jest **Armagnac,** pochodzący z rejonu Armagnac, leżącego w części departamentów Gers (żer), Landem (land) i Lot-et Garonne (lo e garonn).

Technologia i produkcja armaniaku, zasady starzenia i oznaczenia są takie same jak dla koniaku. Różnica polega na tym, że wino, z którego otrzymano destylat winny, pochodzi z innego rejonu. Smak, bukiet i aromat armaniaku są tak samo cenione jak koniaku.
Firmy francuskie produkujące Armagnac:
- Castagnon (kastania),
- Caussade (Kossad),
- Cave Freres (kawe frer),
- Ducastaing (diukastęg),
- Oblin (oblę),
- Pallas (palla).

Poza rejonami Cognac i Armagnac wszystkie produkowane alkohole typu koniakowego noszą nazwę winiaku lub brandy.

Produkcja winiaku jest bardzo rozpowszechniona, po Francji czołowi producenci to: Włochy, Hiszpania, Grecja, Niemcy, Bułgaria, Węgry, W.N.P.

Wiele krajów między innymi i Polska produkuje winiaki z destylatów win importowanych.

Amatorskie napoje, aperitify i cocktaile

Z wielu, więcej czy mniej prawdziwych historii powstania współczesnego cocktailu - najbardziej reprezentatywnego z napojów mieszanych – źródła prowadzą do korzeni amerykańskich z okresu wojen rewolucyjnych z XVIII wieku.

Barwne i wesoło brzmiące słowo cocktail jest zbitką dwóch wyrazów angielskich: „cock" - kogut i „tail" - ogon, wiążące się z walkami kogutów, bardzo popularną wówczas w Ameryce Płd. i Karaibach rozrywką ludową.

Obyczaj ten następnie zawędrował do Ameryki Płn. stając się tam równie popularny.

Po walkach kogucich był zwyczaj, że nagrodzony właściciel zwycięskiego koguta stawiał „kolejkę" dla widzów zamawiając trunek u oberżysty, bo właśnie przed oberżą czy saloonem takie walki się właśnie odbywały. I tak, pewien amerykański oberżysta, nie dysponując jednorodnym napojem, zlał do konwi różne trunki wraz z dodatkami i zamieszał je fruwającymi podczas walki koguciej kolorowymi piórami oraz piórami z ogona pokonanego koguta. Przypadkowy i niespotykany dotąd napój, który okazał się doskonały w smaku, nazwano wówczas **kogucim ogonem.**

Inna, z wielu wersji powstania cocktailu głosi, że walczące koguty dla zwiększenia ich zadziorności i bojowości, pojono środkami dopingującymi, mieszanką alkoholu, piwa, ziół i innych ingrediencji. Napój ten nazwano, „cock - ale", co podobno później zmieniono na cocktail.

Napoje mieszane składające się z różnych alkoholi i nie tylko, serwowano po raz pierwszy w barach amerykańskich pod koniec XVIII wieku. Tamtejsze czasopismo „The balance" 13 maja 1806 roku podało **pierwszą definicję cocktailu:**

„Cocktail jest stymulującym likworem skomponowanym z różnych trunków, wody, cukru i gorzkich substancji".

Amerykańskie bary, z dużym wyborem cocktaili, szybko zyskały dużą popularność w Europie i na innych kontynentach. Do mixologii zaś wprowadzono wiele określeń i nazw anglojęzycznych.

Koktajle i inne napoje mieszane o tysiącach odmian, stały się dziś elementem kultury picia i bycia. Są dodatkiem na przyjęciach towarzyskich, rodzinnych, bardziej formalnych oraz podstawą do typowych cocktail party, zaspokajają wyrafinowane gusty smakowe, orzeźwiają, stymulują, gaszą pragnienie lub rozgrzewają, mają charakter aperitifowy, digestiwowy i inny.

W Polsce ze względu na brak jakichkolwiek tradycji w spożywaniu napojów mieszanych, nie ma odpowiednich określeń dla poszczególnych cocktaili i z tego powodu używa się nazw angielskich.

Podział napoi mieszanych na grupy

SHORT DRINKS – do tej grupy należą napoje o objętości do 100 ml, zawartość alkoholu zależy od użytych składników i waha się w granicach 30-40%. Nazwa tej grupy pochodzi od niewielkiej objętości, podaje je się na ogół schłodzone, ale bez lodu.

- **Cocktail -** jest to różnorodna mieszanina win, wódek, soków owocowych z dodatkiem składników aromatyczno - smakowych, chłodzona lodem poprzez mieszanie lub shakerowanie,
- **Crusta** – występuje również jako long drink, shakerowany, kieliszek zdobiony cu-

krem, twist z cytryny. Sok z cytryny, cukier, Angostura, Maraskino, wódka naturalna lub wino,
- **Flip –** shakerowany, wanilia, gałka muszkatołowa lub kawa rozpuszczalna, ewentualnie sproszkowana papryka, cukier, żółtko i wódka naturalna,
- **Float** – może występować jako long drink, na powierzchnię napoju alkoholowego nalewamy warstwę alkoholu w taki sposób, aby nie zmieszać obu płynów,
- **Pousse cafe** – inaczej zwany tęczówką, kilka warstw różnych alkoholi o tak dobranych ciężarach właściwych, aby nie zmieszały się ze sobą,
- **Scafa –** podobny do cocktailu, ale przygotowany bez użycia lodu,
- **Sour** – shakerowany, niewielka ilość cukru, sok z cytryny, wódka naturalna i woda gazowana,
- **Zoom** – shakerowany, wódka naturalna, żółtko, miód, śmietanka.

LONG DRINKS - napoje z tej grupy mają znacznie większą objętość od short drinków, od 100 do 300 ml przeciętna zawartość alkoholu jest niższa i waha się w granicach 10-25%. Na ogół mniej garnirowane od short drinków najczęściej szprycowane.
- **Cobler** – do wypełnionego drobno tłuczonym lodem kieliszka, wlewa się likiery i dopełnia szampanem lub winem południowym, bogato dekoruje i podaje ze słomką i łyżeczką,
- **Choler –** największy z long drinków, wódka naturalna, sok z cytryny, dodatki smakowe, shakerowany, podaje się w szklance typu highball, szprycowany.
- **Daisy** – podobny do cobler'a lecz serwowany z jedną kostką lodu, mniej bogato dekorowany, szprycowany,
- **Egg nogg** – jajka, mleko, wódka naturalna. Garnirowany gałką muszkatołową, cynamonem, mieloną kawą itp., shakerowany,
- **Fix** – bardzo podobny do cobler'a, shakerowany, dopełniany sokiem cytrusowym lub ananasowym,
- **Fizz –** najbardziej schłodzony drink, podobny do sour, lecz znacznie dłużej shakerowany (ok. 1 min.) i uzupełniony wodą gazowaną,
- **Frappe** – naczynie wypełnione drobno tłuczonym lodem napełnia się jednym lub kilkoma likierami nie mieszając ich ze sobą. Może być również short drinkiem,
- **Highball** – wódka naturalna szprycowana wodą gazowaną, Coca Colą lub innym napojem bez- lub niskoalkoholowym z kilkoma kostkami lodu.
- **Julep –** gałązki mięty utarte z cukrem i wodą zmieszane wódką naturalną, podane w szklance drobno wypełnionej lodem, garnirowany owocami i listkami mięty,
- **Rickey** – kawałki cytryny zgniecione w szklance typu highball, zalane wódką naturalną, szprycowane wodą gazowaną z kostką lodu,
- **Sangaree** – zimne i gorące, wódka naturalna, piwo, gałka muszkatołowa,
- **Smash** – podobny do Julep'a, shakerowany, garnirowany ananasem.

PARTY DRINKS – do tej grupy należą napoje przygotowywane z okazji spotkań towarzyskich, jednorazowo przygotowuje się kilkadziesiąt porcji napoju.
- **Cup** – wino, owoce, aromatyzujący dodatek wódek. Przygotowujemy bezpośrednio przed podaniem,
- **Bowl –** wino, owoce, wódki. Podobny do cup'a lecz przygotowany na kilka godzin przed podaniem,
- **Punch** – wino, rum, arak, cukier, woda lub herbata, dodatki aromatyzujące, Podawany przeważnie na gorąco,
- **Grog –** odmiana punchu, przygotowany z wódek naturalnych, soku z cytryny, wody, cukru, przypraw.

FANCY DRINKS (VARIOUS) - zalicza się tu napoje fantazyjne, które trudno przydzielić do którejś z powyższych grup. Najczęściej podawane są w naczyniach o bardzo wyszukanych kształtach.

- **Knickebein** – dwa różne alkohole przedzielone żółtkiem,
- **Picker upper** – ostry w smaku drink, żółtko, przyprawy, wódka (Prairre Cyster).

SOFT DRINKS – napoje niezawierające alkoholu, przygotowane z mleka, śmietany, jajek, cukru, napoi gazowanych, soków i przypraw. Możliwość użycia alkoholu od 1/3 do 1 oz, lub od 1 do 2 oz, Poprawiają smak, aromatyzują, ale nie czynią go napojem alkoholowym, przygotowujemy w blenderze.

Wszystkie składniki szczególnie mleko i śmietanka powinny być zimne, efekt końcowy musi być puszysty.

Po zblenderowaniu przyrost napoju sięga 150% objętości, szczególnie z użyciem jajka. Porcja od 150 – 350 ml podaje się w różnych wysokich szklankach, często oprószane gałką muszkatołową, kakao, czekoladą, skórką pomarańczową. Podajemy latem i zimą, mają orzeźwiać, a nawet sycić. Na 4 porcje – 1 kubek mielonego lodu, czas blenderowania ok. 15-60 sek., w zależności od ilości lodu.

- **Ade** – skrót od słowa lemonade. Orzeźwiające, z soków świeżych owoców cytrusowych lub soków konserwowanych, syropów i cukrów. Szprycowane wodą gazowaną lub zwykłą. Nazwę przyjmują od składnika podstawowego np.: lemonade, orangeade, z jajkiem – eggorangeade.
- **Ice crema soda** – są to mieszaniny różnych soków i syropów owocowych, lody, żółtka, dla aromatyzowania dodaje się wódki, wino, likiery. Miesza się do całkowitego rozbicia w blenderze i szprycuje w proporcjach 1:2 lub 1:3 - woda gazowana, dekorujemy owocami.
- **Milk shake –** śmietanka lub mleko z dodatkiem soków, nektarów owocowych lub warzywnych z dodatkiem cukru i przypraw. Stosunek soku do mleka 1:1, po zblenderowaniu są bardzo puszyste, podajemy ze słomką.
- **Milk soda –** przygotowane jak wyżej z dodatkiem wody gazowanej w stosunku 1:1.
- **Diet drinks –** receptury przygotowane przez dietetyków, lekarzy, są dla wszystkich. Zmiksowane w blenderze nieschłodzone podawane w temp. pokojowej.

COFFEE DRINKS – są to różne napary kawowe z dodatkiem alkoholu.

- **Cafe' frapp'e** – Kieliszek do szampana napełniamy lodem (śnieg), dodajemy zimny napar kawowy i alkohol.
- **Mazagran** – wysoka szklanka typu highball. Mocno schłodzony napar kawowy z dodatkiem rumu lub koniaku lub brandy, podajemy z lodem lub bez.
- **Cafe' norie** – Czarna gorąca kawa z dodatkiem koniaku lub rumu bądź likieru, często flambirowana w zimie np.: Irish Coffee.
- **Pick me up** – są to wszystkie drinki, które wzmacniają i krzepią, są rekonstruktorami dobrego samopoczucia, takie jak: Fizzy, Sherry and egg, Bloody Mary, Screwdriwer, itp.

Techniki przygotowania i serwowania napojów mieszanych

Napoje mieszane podaje się na ogół chłodzone, stąd tez większość technik ma na celu obniżenie temperatury.

SHAKEROWANIE – po umieszczeniu w shakerze lodu i składników napoju, potrząsa się nim energicznie przez ok. 10 -20 sek., jedynie Fizz shakerujemy ok. 1 min. Nie shakerujemy napojów gazowanych.

MIESZANIE – kubek shakera, a właściwie – szklanice barmańską, napełnia się lodem i nalewa kolejno wszystkie składniki napoju, miesza długą łyżką barową, odcedza się od lodu przy użyciu sitka barowego. Napój jest schłodzony bez zbytniego rozpuszczenia lodu.

MIKSOWANIE – stosuje się w przypadku napoi mlecznych, zawierających jajka lub śmietankę. Technika polega na użyciu elektromiksera (Blendera).

FRAPPE – do naczynia wypełnionego drobno tłuczonym lodem, wlewamy składniki napoju (warstwami lub mieszamy).

ON THE ROCKS - po wrzuceniu kilku kostek lodu do szklanki bądź kieliszka, zalewa się je alkoholem (porcją napoju).

ROZWARSTWIENIE – składniki napoju nalewa się do kieliszka wykorzystując różnice ich ciężarów właściwych, robimy to bardzo powoli tak, aby poszczególne składniki nie pomieszały się ze sobą.

SZPRYCOWANIE – polega na rozcieńczeniu napoju alkoholowego napojami gazowanymi.

TECHNIKI SPECJALNE – stosowane w poszczególnych przypadkach, są to sposoby przygotowania napoi alkoholowych np. Knickebein – rozdzielenie dwóch warstw alkoholu – żółtkiem, crusta - zdobienie kieliszka cukrem itp.

Systemy podawania receptur

Receptura na napój mieszany zawiera zestawienie potrzebnych składników, sposobu wykonania oraz rodzaju naczynia lub kieliszka, w jakim napój powinien być podany. Zależnie od stosowanego przez autora systemu, receptury określa się w:

Proporcjach, w jakich używa się poszczególnych składników:
- 1/3 Białego Creme de caco,
- 1/3 Zielonego Creme de Menthe,
- 1/3 Słodkiej śmietanki,
- Shakerować, podać w kieliszku do białego wina.

Objętościowe określenie ilości poszczególnych składników:
- 20 ml Białego Creme de Caco,
- 20 ml Zielonego Creme de Menthe,
- 20 ml Słodkiej śmietanki,
- Shakerować, podać w kieliszku do białego wina.

Bardzo często do określenia objętości jednostek, używa się jednostek barowych. Dlatego też bardzo ważna jest umiejętność przeliczenia ich na mililitry.

DROP	KROPLA	0,125ml
DASH	CHLUST	0,6-1ml
BARSPOON	ŁYŻECZKA BAROWA	3,5ml
PONY (OUNCE,OZ)	UNCJA	25ml
JIGGER		40ml
LARGE JIGGER		50ml
SOK ZE ŚREDNIEJ CYTRYNY		30ml
SOK ZE ŚREDNIEJ POMARAŃCZY		80ml
CAŁE JAJKO KURZE (ŚREDNIO)		45ml
• BIAŁKO		25ml
• ŻÓŁTKO		20ml

Miary cząstkowe

Miary cząstkowe wywodzą się z następujących miarowych naczyń, które wyjściowo służą do sporządzania standardowych porcji napojów mieszanych, dla odmierzenia przypisanych recepturą poszczególnych ingrediencji.

PONY, GLASS, LIQUER GLASS, COGNAC GLASSES – oznacza **porcję 1 oz – 25 ml**
Gradacje tej miary są następujące:

- 1 oz - 25 ml lub 1 kieliszek
- 2 oz - 50 ml lub 2 kieliszki
- 1 ½ oz - 40 ml lub 1,5 kieliszka
- 3/4 oz lub 4/5 oz - 20 ml lub 3/4 kieliszka
- 2/3 oz - 17 ml lub 2/3 kieliszka
- 3/5 oz - 15 ml lub 3/5 kieliszka
- 1/2 oz - 13 ml lub 1/2 kieliszka
- 2/5 oz - 10 ml lub 2/5 kieliszka
- 1/3 oz - 8 ml lub 1/3 kieliszka
- 1/4 oz - 6 ml lub 1/4 kieliszka
- 1/5 oz - 5 ml lub 1/5 kieliszka
- 1/6 oz - 4 ml lub 1/6 kieliszka

JIGGER GLASS LUB WHISKY GLASS – oznacza porcję 1 J lub 11) 2 oz=40 ml
Gradacje tej miary są następujące:

- Large jigger - duży jigger - 50 ml
- 1 jigger - 40 ml
- 3/4 jigger - 30 ml
- 2/3 jigger - 26 ml
- 1/2 jigger - 20 ml
- 1/3 jigger - 13 ml
- 1/4 jigger - 10 ml

MEASURE GLASS
Równoznaczna z dessert, wine glass – porcja wina deserowego lub południowego wyjściowa miara barowa do sporządzania cocktailu – oznacza porcję 2 oz= 50 ml

WINE GLASS
Oznacza kieliszek od standardowej porcji wina wytrawnego – porcja 4 oz= 100 ml lub 1 kieliszek.

Mieszane napoje alkoholowe „American Drinks"
50 najbardziej rozpowszechnionych, standartowych napojów mieszanych zimnych serwowanych na całym świecie, w podziale na: „short drinks" i „long drinks"

Short Drinks – napoje małe „krótkie"

- **Adonis (cocktail „D.S")**
  - 2/3 Dry Sherry,
  - 1/3 Sweet Vermouth,
  - 1 Chlust Orange Bitters,
  - Wymieszać z lodem, przecedzić do kieliszka 100 ml (szkło koktajlowe)
- **Alexander (Cocktail "S")**
  - Część Gin,
  - Część Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - Część Cream,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego. Posypać startą gałką muszkatołową.
- **Alexander's Sister(Cocktail "S")**
  - 1/2 Dry Gin,
  - 1/4 Creme de Manthe (white),
  - 1/4 Słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

- **American Beauty (Cocktail "D.S")**
  - 15 ml Brandy,
  - 15 ml Dry Vermouth,
  - 15 ml Soku pomarańczowego,
  - 15 ml Grenadine Syrup,
  - 1 Łyżeczka Porto,
  - 1 Chlust White Cream de Menthe,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **B. and B. (Cocktail "S")**
  - 20 ml Cognac lub Fine Brandy,
  - 20 ml Bénèditine(Bernardynka),
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **Bacardi Cocktail ("D.S")**
  - 45 ml Bacardi Rum,
  - Sok z pół cytryny lub Limy
  - 2 Chlusty Grenadine Syrup (Currant Syrup),
  - ½ Łyżeczka cukru pudru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **Between-the-sheets (Cocktail "D.S")**
  - 15 ml Light Rum,
  - 15 ml Cointreau or Curacao Triple Sec,
  - 15 ml Brandy,
  - Sok z ¼ cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **Black Russian (Cocktail "S")**
  - 60 ml Vodka,
  - 30 ml Kahlua (Coffee Liqueur),
  - Wszystkie ingrediencje nalać na lód do szklanki tumbler. Mocno zamieszać.
- **Blood and Sand (Cocktail "S")**
  - 20 ml Scotch Whisky,
  - 20 ml Cherry Brandy,
  - 20 ml Sweet Vermouth,
  - 20 ml Sok pomarańczowy,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka 150 ml typu sour.
- **Brandy Crusta ("D")**
  - 60 ml Brandy,
  - 1 łyżeczka Maraschino Liqueur,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka Angosture Bitters,
  - Mocno schłodzić 150 ml kieliszek do wina. Krawędź kieliszka zwilżyć kawałkiem cytryny i zanurzyć w cukrze pudrze. Dodać długi twist z cytryny lub pomarańczy. Wszystkie ingrediencje wymieszać w szklanicy z lodem i przecedzić do przygotowanego kieliszka.
- **Brandy Flip ("S")**
  - 40 ml Brandy,
  - 1 Jajko,
  - 2 Łyżeczki Słodkiej śmietanki,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki 150 ml typu flip. Posypać startą gałką muszkatołową. Dodać dwie słomki.
- **Bronx Dry (Cocktail "D")**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 20 ml French Vermouth,
  - Sok z ¼ pomarańczy (20-25 ml),

- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Champagne Cocktail ("D")**
- 120 ml Champagne (Dry),
- 1 Kostka cukru,
- 2 Chlust Bitters,
- Włóż kostkę cukru do 180 ml kieliszka do szampana, skrop bittersem, dodaj spiralę ze skórki z ½ cytryny lub pomarańczy, uzupełnij mocno schłodzonym szampanem.

❖ **Clover Club (Cocktail "D")**
- 40 Dry Gin,
- 2 Łyżeczki Grenadine Syrup lub Raspberry Syrup,
- Sok z ½ cytryny,
- Białko z 1 jaja,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Coffee Cocktail No 2 ("S")**
- 1/3 Brandy,
- 1/3 Cointreau,
- 1/3 Cold Black Coffee,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Daiquiri (Cocktail "D")**
- 40 ml Light Rum,
- Sok z ½ cytryny (10ml),
- 1 Łyżeczka cukru pudru,
- Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Gibson (Cocktail "A")**
- 40 ml Dry Gin,
- 20 ml Dry Vermouth,
- Wymieszaj mocno z lodem, przecedź do kieliszka typu Martini. Podawaj z 3 cebulkami koktajlowymi, możesz dodać na życzenie twist z cytryny.

❖ **Gimlet (Cocktail "D.S")**
- 40 ml Dry Gin,
- 20 ml Rose's Lime Juice (Sweetened),
- Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Możesz wyserwować na lodzie w szklance typu old-fashioned.
- Na życzenie możesz dodać wodę gazowaną.

❖ **Grasshopper (Cocktail "S")**
- 1/3 Green Crème de Menthe,
- 1/3 White Crème de Cacao,
- 1/3 Słodka śmietanka,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Hurricane (Cocktail "D")**
- 20 ml Dry Gin,
- 20 ml Whiskey,
- 20 ml White Crème de Menthe,
- Sok z ½ cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do schłodzonego podwójnego kieliszka koktajlowego lub kieliszka do szampana.

❖ **Jack Rose (Cocktail "D.S")**
- 40 ml Calvados lub Apple Brandy(Złota Jesień),
- 1 Łyżeczka Grenadine Syrup,
- 1 Łyżeczka Rose's Sweetened Lime Juice lub sok z 1/2 lime lub sok z ½ cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

- **Manhattan (Cocktail "D")**
  - 40 ml Whiskey(Burbon),
  - 20 ml Sweet Vermouth,
  - 1 Chlust Angosture Bitters,
  - Wymieszaj mocno z lodem, przecedź do schłodzonego kieliszka koktajlowego 120 ml, podawać z wiśnią koktajlową.
- **Martini (Dry), (Cocktail "D")**
  - 4 Części Dry Gin,
  - 1 Część Dry Vermouth,
  - Mocno wymieszać z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z oliwką i małym twistem z cytryny.
- **/a Martini (Medium), (Cocktail "D.S")**
  - 2 Części Dry Gin,
  - 1 Część Dry Vermouth,
  - Mocno wymieszać z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z oliwką i małym twistem z cytryny.
- **/b Martini (Sweet), (Cocktail "S")**
  - 2 Części Dry Gin,
  - 1 Część Sweet Vermouth,
  - 1 Chlust Orange Bitters,
  - Mocno wymieszać z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z oliwką.
- **Old Fashioned (Cocktail "D")**
  - 40 ml Whisky,
  - 2 Chlust Angosture Bitters,
  - 1 Mała kostka cukru,
  - 1 Łyżeczka wody,
  - 2 Chlust Curacao Orange,
  - 1 Chlust Club Soda,
  - W szklance typu old fashioned rozgnieć cukier, Bitters i wodę. Dodaj 1 kostkę lodu, ingrediencje i mały twist z cytryny. Mocno zamieszaj. Dekoruj plastrem pomarańczy z wiśnią. Podawaj z mieszadełkiem.
- **On The Rocks (Cocktail"D")**
  - 40-60 ml Whiskey lub Liquor, jaki lubisz,
  - 2 lub 3 kostki lodu,
  - Twist z cytryny na życzenie,
  - Napełnij szklankę typu old fashioned lodem. Nalej alkohol na lód. Na życzenie możesz dodać twist z cytryny.
- **Orange Blossom (Cocktail "D.S")**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 40 ml Sok pomarańczowy,
  - 1/3 Łyżeczki cukru pudru,
  - Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Można podać z długim twistem z pomarańczy.
- **Perfect (Cocktail "D")**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 40 ml Sweet Vermouth,
  - 40 ml Dry Vermouth,
  - 1 Chlust Bitters,
  - Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.
- **Pink Lady (Cocktail "S")**
  - 30 ml Dry Gin,
  - 20 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup,

- 1 Łyżeczka soku z cytryny,
- 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
- 1 Białko z jaja,
- Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Presidente (Cocktail "D.S")**
- 60 ml Gold Label Rum,
- 40 ml Dry Vermouth,
- 3 Chlusty Cointreau lub Curacao Triple Sec,
- 1 Chlust Grenadine Syrup,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
- Na życzenie można podać twist z pomarańczy.

❖ **Rob – Roy (Cocktail "D.S"**
- 40 ml Whiskey,
- 20 ml Sweet Vermouth,
- 1 Chlust Orange Bitters,
- Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z twistem z cytryny.

❖ **Side Car (Cockatil "D.S")**
- 30 ml Brandy,
- 20 ml Cointreau lub Curacao Triple Sec (Bols),
- Sok z ½ cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Stinger (Cocktail "S")**
- 1/2 Brandy,
- 1/2 White Crème de Menthe,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Vodka Special (Cocktail "D.S.")**
- 8 Części wódki,
- 2 Części soku z cytryny,
- 1 Część Crème de Cacao lub Cacao Choix,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

❖ **Whiskey Sour ("D")**
- 40 ml Whiskey,
- 20 ml Soku z cytryny,
- ½ łyżeczki cukru lub więcej do smaku,
- 1 Woda sodowa,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka typu sour. Dodać wodę sodową, zamieszać. Dekorować ½ plastra pomarańczy i wiśnią.

❖ **White lady (Cocktail"D.S.")**
- 30 ml Ginu,
- 30 ml Cointreau,
- 30 ml Sok z cytryny,
- 1 Łyżeczka cukru pudru,
- 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.
- **Silver** – dodajemy białko z 1 jaja,
- **Royal** – dodajemy 1 żółtko jaja.

Long Tall Drinks – napoje duże "długie"

❖ **Americano (Highball „D.S.")**
- 80 ml Sweet Vermouth,
- 40 ml Bitter Campari,
- Woda sodowa,
- Do szklanki 360 ml typu tumbler włożyć 2-3 kostki lodu i długi twist z cytryny. Dodać ingrediencje, dopełnić wodą sodowa.

- **Bloody Mary (Miscellanea "A")**
  - 40 ml Wódka lub Gin,
  - 80 ml Sok pomidorowy,
  - 20 ml Sok z cytryny,
  - 1 Chlust Worcestershire Sauce,
  - Mocno shakerować z lodem, szczyptą pieprzu i soli, przecedzić do kieliszka 200 ml
- **Bull Shot (Miscellanea "D")**
  - 40 ml Wódka,
  - 90 ml Bulionu wołowego,
  - Sok z 1/2 cytryny,
  - Do szklanki typu tumbler dodaj 2-4 kostki lodu, dodaj Wódkę, zimny bulion i twist z cytryny. Mocno zamieszaj, podawaj ze słomką.
- **Cuba Libre (Miscellanea "D.S.")**
  - 60 ml Rum,
  - Sok z ½ limy lub cytryny,
  - Coca Cola lub Pepsi Cola,
  - Do wysokiej szklanki typu collins 360 ml dodaj 2-3 kostki lodu, wyciśnięty sok z cytryny. Dodaj Rum i uzupełnij Coca Colą, zamieszaj.
- **Gin Fizz ("D")**
  - 60 ml Dry Gin,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczkę cukru pudru,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 300 ml szklanki typu highball.
  - Dopełnić wodą sodową, zamieszać.
- **Gin and Tonic ("D")**
  - 60 ml Dry Gin,
  - 240 ml Quinine Water (Tonic water),
  - Gin nalać na 2-3 kostki lodu do szklanki 360 ml typu collins. Dodać plasterek cytryny, uzupełnić tonikiem, zamieszać.
- **Golden Fizz ("D.S.")**
  - 40 ml Dry Gin,
  - Żółtko z jaja,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 2 Łyżeczki cukru,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 240 ml szklanki typu highball.
  - Dopełnić wodą sodową, zamieszać.
- **Mexican Sangree ("D")**
  - 120 ml Czerwonego wina (dry),
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 2 Łyżeczki cukru pudru,
  - Woda sodowa,
  - Wymieszaj ingrediencje z kilkoma kostkami lodu w szklance 360 ml typu Collins. Uzupełnij wodą gazowaną, dodaj trochę zmielonej gałki muszkatołowej, podawaj ze słomką.
- **Planter's Punch ("D")**
  - 25 ml Gold Label or Dark Rum (Jamaice Rum),
  - 20 ml Curacao Orange,
  - 1 Chlust soku Rose's Sweetened Lime Juice,
  - 60 ml Woda sodowa,
  - Dużą 360 ml szklankę typu Collins napełnij w 2/3 śniegiem lodowym. Dodaj

wszystkie ingrediencje, zamieszaj. Uzupełnij wodą sodową. Udekoruj plastrem pomarańczy, cytryny, długim paluszkiem z ananasa, podawaj ze słomką.

- **Screwdriver (Fancy Drink "A")**
  - 60 ml Wódki,
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - Wódkę nalej na 2-3 kostki lodu do szklanki 240 ml typu highball. Uzupełnij sokiem, zamieszaj.
- **Silver Fizz ("D.S.")**ll wit
  - 40 ml Dry Gin,
  - Białko z 1 jaja,
  - Sok z 1/3 cytryny,
  - 2 łyżeczki cukru,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 240 ml szklanki typu highball.
  - Dopełnić wodą sodową, zamieszać.
- **Singapore Gin Sling ("D.S.")**
  - 60 ml Dry Gin,
  - 2 Łyżeczki Cherry Liqueur,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup lub Cherry Syrup,
  - 1 Chlust Angosture Bitters lub Benedictine Soda Water,
  - Mocno shakerować, przecedzić do wysokiej szklanki typu highball. Dodać 3-5 kostek lodu. Woda na życzenie. Dodać długi twist z cytryny i wiśnię.
- **Sunrise ("D")**
  - 40 ml Wódki Wyborowej,
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - Białko z 1 jaja,
  - 30 ml Śmietanki,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 300 ml szklanki typu highball. W celu zmrożenia używaj śniegu lodowego i shakeruj bardzo mocno. Możesz użyć również blendera elektrycznego. Podawaj ze słomkami.
- **Tom Collins ("D")**
  - 30 ml Dry Gin,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - Club Soda (Woda sodowa),
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 300 ml szklanki typu highball. Dodaj 3-5 kostek lodu, uzupełnij wodą sodową. Dekoruj plastrem cytryny, pomarańczy i wiśnią. Podawaj ze słomkami.
- **Vermouth Cassis (Cocktail "D.S.")**
  - 80 ml Dry Vermouth,
  - 30 ml Crème de Cassis,
  - Woda sodowa,
  - Ingrediencje wlać na 2 kostki lodu do kieliszka wino lub szklanki 200 ml typu highball. Uzupełnić wodą, zamieszać.
- **Whiskey Highball ("A")**
  - 40 ml Whiskey,
  - Woda sodowa, Ginger Ale, 7-up lub woda naturalna,
  - Whiskey wlać na 3-4 kostki lodu do szklanki 250 ml typu highball. Uzupełnić wodą lub 7-up albo, Ginger Ale. Dodać twist z cytryny, zamieszać. Nazwa long drinku zmienia się w zależności od użytego składnika głównego. Dla Ginu, Brandy i Rumu będzie to w zależności od składnika highball.

Napoje Mieszane z zastosowaniem wódek krajowych - w podziale na: „short drinks" i „long drinks"

Short drinks – napoje małe, „krótkie"

- **„Batory" Special (Cocktail „D.S.")**
  - 40 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 20 ml Cherry Cordial,
  - 20 ml Soku z cytryny,
  - 20 ml Grenadine Syrup,
  - 1 Chlust Angostura Bitters,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego. Dekorować wiśnią.
- **Black Russian (Cocktail "S")**
  - 80 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 20 ml Kahlva (Likier kawowy),
  - Ingrediencje wlać do szklanki typu old fashioned na kilka kostek lodu. Zamieszać, serwować ze słomką.
- **Blue Monday (Cocktail "D.S.")**
  - 40 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 20 ml Cointreau,
  - Mocno shakerować, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.
- **Bob-Sleigh (Cocktail "D.S.")**
  - 2/3 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/3 Cointreau,
  - 5 Chlust Pernod,
  - Wymieszać wszystkie ingrediencje w szklance typu old fashioned na kruszonym lodzie. Serwować ze słomką.
- **Brandy Alexander (Cocktail "S")**
  - 1/3 Brandy (Winiak),
  - 1/3 Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - 1/3 Słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Oprószyć cynamonem lub gałką muszkatołową, serwować ze słomką.
- **Coffee Cocktail Nr 2 ("S")**
  - 1/3 Brandy (Winiak),
  - 1/3 Conitreau,
  - 1/3 Zimnej czarnej kawy,
  - Mocno shakerować, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
- **Festrus (Cocktail "D.S.")**
  - 1/3 Wódki Wyborowej,
  - 1/3 Grand Marinier,
  - 1/3 Camapri Bitter,
  - Wymieszać wszystkie ingrediencje z lodem, przecedzić do szklanki typu old fashioned z jedną kostka lodu. Dekorować długą spiralą z pomarańczy. Serwować ze słomką.
- **Joanna Flip ("S")**
  - 40 ml Wódki,
  - 20 ml Advocat,
  - 20 ml Banana Liqueur,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typu flip. Serwować z krótką słomką.
- **Ladylike (Cocktail "D.S.")**
  - 2/5 Wódki Wyborowej,
  - 2/5 Soku pomarańczowego,

- 1/5 Cointreau,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego. Gałka muszkatołowa do oprószenia.

❖ **La Jolla (Cocktail "D.S.")**
- 60 ml Brandy (Winiak),
- 20 ml Crème de Banana,
- 1 Łyżeczka soku pomarańczowego,
- 2 Łyżeczki soku z cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego.

❖ **Le Cavalier (Cocktail "D")**
- 2/3 Wódki Wyborowej,
- 1/3 Martini Dry,
- 1 Chlust Camapri Bitters,
- 2 Chlust Cointreau,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego.

❖ **Merry Widow (Cocktail "S")**
- 1/2 Cherry Brandy,
- 1/2 Maraschino Liqueur,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego. Serwować z wiśnią.

❖ **Monkey Gland (Cocktail "D.S.")**
- 2/3 Vodka (Wódka Wyborowa),
- 1/3 Soku pomarańczowego,
- 3 Chlusty Benedictine,
- 3 Chlusty Grenadine Syrup ,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego.

❖ **Nightmare (Cocktail "D.S.")**
- 1/3 Vodka (Wódka Wyborowa),
- 1/3 Dubonnet,
- 1/6 Cherry Brandy,
- 1/6 Soku pomarańczowego,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml

❖ **Polonaise Cocktail ("D.S.")**
- 2 Części Vodka (Wódka Wyborowa),
- 1 Część Cherry Brandy,
- 1 Chlust świeży sok z cytryny,
- 1 Chlust syropu cukrowego,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml

❖ **Prairie Oyster (Picker – upper)**
- 40 ml Brandy (Winiak),
- 1 Żółtko z jaja,
- 1 Łyżeczka Worcestershire Sauce,
- Sól na życzenie,
- Oddziel ostrożnie żółtko, włóż do kieliszka wino 150 ml Dodaj Worcestershire sauce i Brandy.

❖ **Purple Bunny (Cocktail "S")**
- 40 ml Cherry Brandy,
- 1 Łyżeczka Crème de Cacao (Cacao Choix),
- 2 Łyżeczki słodkiej śmietanki,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml

❖ **Rose de Varsovie (Cocktail "D.S.")**
- 3/6 Wódki Wyborowej,
- 2/6 Cherry Cordial,
- 1/6 Cointreau,

- 1 Chlust Angosture Bitters,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Dekorować wiśnią.

❖ **Savoy Hotel (Cocktail "S")**
- 1/3 Brandy (Winiak),
- 1/3 Benedictine (Bernardynka),
- 1/3 Crème de Cacao (Cacao Choix),
- Bardzo ostrożnie nalewać po kolei ingrediencje do kieliszka typu likier - nie mieszać.

❖ **Top Banana (Cocktail "D.S")**
- 1/2 Wódki Wyborowej,
- 1/2 Crème de Banana,
- Sok z ½ pomarańczy,
- Wymieszaj wszystkie ingrediencje z lodem w szklance typu old fashioned. Podawać ze słomką.

❖ **V.C. (Victoria Cocktail "A")**
- 1/4 Vodka (Wódka Wyborowa),
- 1/4 Cognac (Fine Brandy),
- 1/4 Bourbon Whiskey,
- 1/4 English Gin,
- 1 Łyżeczka soku z cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml

❖ **Vodka Alexander (Cocktail "S")**
- 1/3 Wódka Wyborowa,
- 1/3 Creme de Cacao (Cacao Choix),
- 1/3 Słodkiej śmietanki,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Oprószyć gałką muszkatołową.

❖ **Vodkatini Dry (Cocktail "D")**
- 2/3 Wódki Wyborowej,
- 1/3 Martini Dry,
- Wymieszać z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego. Dekorować oliwką i twistem z cytryny.

❖ **Vodka Gimlet (Rickey "D")**
- 60 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
- 20 ml Rose's Sweetened Lime Juice,
- 1 Woda sodowa,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typy sour. Dodać zimną wodę, zamieszać.

❖ **Vodka Sour ("D")**
- 40 ml Wódki Wyborowej,
- 20 ml Soku z cytryny,
- 1/2 Łyżeczki cukru lub więcej (dla smaku),
- 1 Chlust wody sodowej,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typy sour. Dodać zimną wodę, zamieszać. Dekorować ½ plastra pomarańczy, plasterkiem cytryny i wiśnią.

❖ **Vodka Special (Cocktail "D.S.")**
- 8 Części Vodka (Wódka Wyborowa),
- 2 Części soku z cytryny,
- 1 Część Creme de Cacko Choix,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml

❖ **Warsaw (Cocktail "D.S")**
- 5/10 Wódki Wyborowej,

- 3/10 Martini Dry,
- 2/10 Blackberry Liqueur,
- 1 Chlust Grenadine,
- 1 Chlust soku z cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Dekorować twistem z cytryny.

Long, Tall Drinks – napoje duże, "długie"

❖ **Red Eye (Miscellanea „D")**
- 1/2 Zimne piwo (Full Light),
- 1/2 Zimny sok pomidorowy,
- Bez lodu, w wysokiej szklance typu highball.

❖ **Salty Dog (Fancy Drink – "A")**
- 60 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
- 120 ml Soku grejpfrutowego,
- 1 Szczypta soli,
- Czystą wódkę nalać do szklanki 300 ml typu highball na 2-3 kostki lodu. Dopełnić sokiem grejpfrutowym, dodać sól, zamieszać.

❖ **Special Cobbler ("S")**
- 30 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
- 30 ml Curacao Orange,
- Sok z ½ cytryny lub ¼ pomarańczy,
- 1/2 Szklanki śniegu lodowego,
- Ingrediencje nalać na lód, dekorować plastrem pomarańczy z wiśnią. Serwować ze słomką i mieszadełkiem.

❖ **Vodka and Cola ("D")**
- 60 ml Wódka,
- 250 ml Coca Cola,
- Wódkę nalać na 2-3 kostki lodu do 350 ml szklanki typu Collins. Dodać plaster cytryny, uzupełnić Coca Colą. Zamieszać, podawać ze słomką i mieszadełkiem.

❖ **Vodka Collins**
- 40 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
- Sok z ½ cytryny,
- 1 Łyżeczka cukru,
- Woda sodowa,
- Mocno shakerować, przecedzić do szklanki 300 ml typu highball. Dodać 3-5 kostek lodu, uzupełnić wodą. Dekorować plastrem cytryny, pomarańczy i wiśnią, serwować ze słomką i mieszadełkiem.

❖ **Vodka Daisy ("D.S")**
- 60 ml Wódki,
- Sok z ½ cytryny,
- 1-3 Łyżeczki Grenadine,
- 2 Chlust Cointreau,
- Sok z ½ cytryny,
- Mocno shakerować, przecedzić do szklanki typu highball. Dodać 3-5 kostek lodu, uzupełnić wodą. Dekorować plastrem cytryny i wiśnią, serwować ze słomką i mieszadełkiem.

❖ **Vodka and Tonic ("D")**
- 60 ml Wódki,
- 250 ml Tonic Water,
- Wódkę nalać na 2-3 kostki lodu do 350 ml szklanki typu Collins. Dodać plaster cytryny, uzupełnić Tonic Water. Zamieszać, podawać ze słomką i mieszadełkiem.

- **Vodka Rickey ("D")**
  - 40 ml Vodka,
  - Sok z 1/2 Lime, lub ½ cytryny,
  - Woda sodowa,
  - Sok nalać na 2-3 kostki lodu do 300 ml szklanki typu highball. Dodać wódkę i uzupełnić zimną wodą. Nazwy pochodzą od użytych alkoholi (Dla Brandy, Ginu, Rumu, Whiskey) - Rickey.
- **Vodka Royal Rickey**
  - 2/3 Wódki,
  - 1/3 Martini Bianco,
  - Sok z 1/2 Lime, lub ½ cytryny,
  - Sok nalać na 3-5 kostek lodu do 250 ml szklanki typu highball. Dodać Wódkę i Martini, uzupełnić zimną wodą. Zamieszać, podawać ze słomką i mieszadełkiem.
- **Zodiac**
  - 1/2 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/2 Cointreau,
  - Sok z 1/2 pomarańczy,
  - 1 Łyżeczka Grenadine,
  - Mocno shakerować, przecedzić do szklanki typu highball na 2 kostki lodu. Uzupełnić wodą, zamieszać, dekorować plastrem pomarańczy.

Wybrane napoje mieszane – różne, short i long drinks – w podziale na typy.
Short Drinks:

Cocktail

- **Buldog (Cocktail „D.S.")**
  - 40 ml Cherry Brandy,
  - 20 ml Light Rum,
  - Sok z ½ cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Dekorować twistem z cytryny.
- **Cardinal Cocktail ("A")**
  - 1/3 Dry Gin,
  - 1/3 Bitter Campari,
  - 1/3 Dry Vermouth,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Dekorować twistem z cytryny.
- **Columbia (Cocktail "D.S.")**
  - 40 ml Light Rum,
  - 20 ml Raspberry Syrup,
  - 20 ml Soku z cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml
- **Soul Kiss (Cocktail "D")**
  - 20 ml Whiskey,
  - 20 ml Dry Vermouth,
  - 10 ml Dubonnet Red,
  - 10 ml Soku pomarańczowego,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Dekorować ½ plastra z pomarańczy.

Crusta

- **Brandy Crusta (”D”)**
  - 60 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka Maraschino Liqueur,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Chlust Angosture Bitters,
  - Krawędź zmrożonego kieliszka do wina 150 ml, zwilżamy cząstką cytryny i wkładamy do cukru pudru. Krawędź dekorujemy długimi twistami z cytryny, pomarańczy, dodajemy wiśnię. Ingrediencje mocno mieszamy i przecedzamy do przygotowanego kieliszka. Podajemy.
- Rum Crusta (”D”)
  - 60 ml Rum,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka Maraschino Liqueur,
  - 1 Chlust Angostura Bitters,
  - Krawędź zmrożonego kieliszka do wina 150 ml, zwilżamy cząstką cytryny i wkładamy do cukru pudru. Krawędź dekorujemy długimi twistami z cytryny, pomarańczy, dodajemy wiśnię. Mocno shakerujemy z kruszonym lodem, przecedzamy do przygotowanego kieliszka, podajemy.

Flip

- **Butterfly Flip (”S”)**
  - 40 ml Cognac,
  - 40 ml Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
  - 1 Żółtko z jaja,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Dekorować gałką muszkatołową, podawać ze słomką.
- **Brandy Flip (”S”)**
  - 50 ml Brandy,
  - 1 Jajko,
  - 2 Łyżeczki słodkiej śmietanki,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typu flip 150 ml,
  - Dekorować szczyptą gałki muszkatołowej.

Frappe

- **Crème de Menthe Frappe (”D.S.“)**
  - 60 ml Creme de Manthe,
  - Napełnij kieliszek koktajlowy śniegiem lodowym, dodaj likier i krótką słomkę, podaj.

Knickebein

- **Knickebein (”S”)**
  - 30 ml Benedictine,
  - 30 ml Kummel (Alasz),
  - 30 ml Yellow Chartreuse,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka Angostura Bitters,
  - Bitters wlej na dno małej szklanki typu highball, dodaj ostrożnie całe żółtko. Następnie nalej ingrediencje. Na wierzch dodaj ubite białko z jaja.
- **Golden Slipper (Knickebein “S”)**
  - 50 ml Goldewasser (Złota woda),

- lub Apricot Flavored Brandy,
- 30 ml Yellow Chartreuse,
- 1 Żółtko z jaja,
- Na dno kieliszka koktajlowego 120 ml nalej Yellow Chartreuse. Dodaj ostrożnie żółtko jaja. Uzupełnij pozostałym alkoholem.

Mozajki – after diner drinks

❖ Savoy Hotel (”S”)
- 1/3 Brandy,
- 1/3 Benedictine,
- 1/3 Crème de Cacao,
- Ostrożnie nalewaj kolejno alkohole do kieliszka likierowego – nie mieszaj.

❖ **Witching Eve (”S”)**
- 2/3 Crème de Cacao,
- 1/3 Słodkiej śmietanki,
- 1 Łyżeczka Angostura Bitters,
- Ostrożnie nalewaj kolejno alkohole do kieliszka likierowego – nie mieszaj.

Picker – Upper

❖ **Old Pepper (Picker – Upper)**
- 40 ml Whisky,
- Sok z ½ cytryny,
- 1 Łyżeczka Worcester Sauce,
- 1 Łyżeczka Chili Sauce lub 1 łyżeczka soku pomidorowego,
- 2 lub 3 Łyżeczki Angostura Bitters,
- 1 Łyżeczka Tabasco,
- Mocno wymieszaj w kieliszku typu sour.

Scaffa

❖ **Whiskey Scaffa (”S”)**
- 30 ml Bourbon lub Rye Whiskey,
- 30 ml Benedictine,
- 1 Łyżeczka Angostura Bitters,
- Nie schładzaj, zamieszaj w kieliszku koktajlowym i podaj.

Shake

❖ **Rum Shake (”S”)**
- 30 ml Rum,
- 2 Łyżeczki syropu cukrowego,
- 3 Łyżeczki soku z cytryny,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Nazwa pochodzi od użytego głównego składnika (Brandy, Gin, Wódka, Whiskey, Apple Jack).

Sour

❖ **Whiskey Sour (”D”)**
- 40 ml Whiskey,
- 30 ml Soku z cytryny,
- ½ Łyżeczki cukru,
- 1 Club Soda,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typu sour. Uzupełnić wodą, zamieszać. Dekorować ½ plastra pomarańczy i wiśnią.

Various Drink

- **Nikolaschka (”D”)**
  - 40 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru lub kryształu,
  - 1 Plaster cytryny,
  - Schłodzoną Brandy nalać do kieliszka typu Cognac. Plaster cytryny położyć na kieliszku. Dodać cukier na plaster cytryny.
- **Rum & Cola (”D.S.”)**
  - 50 ml Gold Label Rum,
  - Coca Cola,
  - Nalać Rum do Szklanki z lodem (300 ml) Highball. Uzupełnić Coca Colą. Zamieszać i podać. Na życzenie można podać z plastrem cytryny.

Zoom

- **Brandy Zoom (”S”)**
  - 60 ml Brandy,
  - 10 ml Miodu,
  - 20 ml Słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Nazwa pochodzi od użytego głównego składnika (Gin, Rum, Whiskey, Kirch, Wódka) – Zoom etc.

Long Drinks:

Cobbler

- **Cherry Cobbler (”S”)**
  - 30 ml Cherry Brandy,
  - 30 ml Soku pomarańczowego,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 1/2 Szklanki tłuczonego lodu,
  - Dekorujemy wiśnią i ulubionymi owocami. Podajemy ze słomką i mieszadełkiem.
- **Hock Cobbler (”S”)**
  - 40 ml Hock,
  - 3 Chlusty Benedictine,
  - 3 Chlust Maraschino Liqueur,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Napełnij ¾ szklanki typu tumbler tłuczonym lodem. Dodaj ingrediencje, dekoruj owocami, podawaj ze słomką i mieszadełkiem.
- **Special Cobbler (”S”)**
  - 30 ml Vodka,
  - 30 ml Curacao Orange,
  - Sok z ½ cytryny lub z ¼ pomarańczy,
  - ½ Szklanki kruszonego lodu,

  Napełnij ¾ szklanki typu tumbler tłuczonym lodem. Dodaj ingrediencje.
  Dekoruj plastrem pomarańczy z wiśnią. Podaj ze słomką i mieszadełkiem.
- **Vermouth Cobbler (”S”)**
  - 40 ml Italian Vermouth,
  - 30 ml Wódka,
  - 1 Łyżeczka Curacao Orange,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,

  Napełnij ¾ szklanki typu tumbler tłuczonym lodem. Dodaj ingrediencje.
  Dekoruj plastrem pomarańczy z wiśnią. Podaj ze słomką i mieszadełkiem.

Collins

- **Wine Collins (”D.S.”)**
  - 120 ml wina stołowego,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Woda gazowana,
  - Napełnić szklankę typu Collins do połowy lodem. Nalać wino i sok z cytryny, uzupełnić wodą, zamieszać.

Cooler

- **Manhattan Cooler (”D.S.”)**
  - 80 ml Claret,
  - 2 Chlusty Rum,
  - Sok z 1/3 cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-5 Kostek lodu,
  - Do szklanki typu highball dodaj spiralę z ½ cytryny, Dodaj lód. Dodaj ingredien-cje i uzupełnij wodą.

Daisy

- **Gin Daisy (”D.S.”)**
  - 60 ml Ginu,
  - Sok z 1/2 cytryny,
  - 1-3 Łyżeczki Grenadine,
  - 3 Chlusty Cointreau,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki typu goblet. Dodać wodę. Dekorować plastrem cytryny, wiśnią, maliną. Podawać ze słomką i mieszadeł-kiem.

Egg – Nogg

- **Baltimore Egg – Nogg (”S”)**
  - 30 ml Brandy,
  - 30 ml Rum,
  - 30 ml Słodkiego wina (Muscat),
  - 1 Żółtko,
  - 50 ml Mleka,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 1 Szczypta gałki muszkatołowej,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki typu highball, posypać gał-ką muszkatołową, podać ze słomką.
- **Chocolate Egg Nogg (”S’)**
  - 120 ml Mleka,
  - 2 Łyżeczki Rumu,
  - 2 Łyżeczki czekolady w proszku,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Wszystkie składniki zmiksować w blenderze, podawać ze słomkami.

Fancy Drink

- **Brandy Blazer (”D.S.”)**
  - 60 ml Brandy,
  - 1 Kostka cukru,
  - 1 Twist z cytryny,

- 1 Twist z pomarańczy,
- Cukier rozpuścić w Brandy w szklance typu old fashioned 100 ml. Podawać z twistem z cytryny i pomarańczy. Podawać po posiłku.

Fizz

❖ **Dubonnet Fizz (”D”)**
- 60 ml Dubonnet Red,
- 1 Łyżeczka Cherry Cordial,
- Sok z ½ pomarańczy,
- Sok z ½ cytryny,
- 1 Łyżeczka cukru,
- Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 250 ml szklanki highball. Uzupełnić wodą i podać.

❖ **Royal Fizz (”D”)**
- 40 ml Gin,
- 1 Jajko,
- Sok z ½ cytryny,
- 1 Łyżeczka cukru,
- Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 250 ml szklanki highball. Uzupełnić wodą i podać.

❖ **Rum Fizz (”D.S.”)**
- 40 ml Rumu,
- 1 Łyżka syropu cukrowego,
- 1 Jajko,
- Woda sodowa,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 250 ml szklanki highball. Uzupełnić wodą, zamieszać i podać.

Fix

❖ **Brandy Fix (”S”)**
- 30 ml Brandy,
- 30 ml Cherry Brandy,
- 1 Łyżeczka cukru,
- Sok z 1/2 cytryny,
- Szklankę 250 ml highball napełnij śniegiem lodowym. Dodaj ingrediencje, mieszaj powoli, dekoruj plasterkiem cytryny, podaj ze słomką.

Highball

❖ **Dubonnet Highball (”D”)**
- 60 ml Dubonnet Red,
- 1 Łyżeczka soku z cytryny,
- Woda gazowana,
- Szklankę 250 ml highball napełnij kruszonym lodem. Dodaj ingrediencje, uzupełnij zimną wodą, zamieszaj, dekoruj twistem z cytryny, podaj ze słomką i mieszadełkiem.

❖ **Mexicola (”D.S.”)**
- 60 ml Tequila,
- Sok z ½ cytryny lub lime,
- Coca Cola,
- Szklankę 360 ml typu Collins napełnij lodem, dodaj ingrediencje, zamieszaj. Podaj ze słomką.

❖ **Negroni (”A”)**
- 20 ml Dry Gin,
- 20 ml Bitter Campari,

- 20 ml Red lub Sweet Vermouth,
- 20 ml Woda sodowa,
- Nalej wszystkie składniki do szklanki 150 ml typu old fashioned, zamieszaj.

Miscellanea

- **Bonanza ("D")**
  - 30 ml Brandy,
  - 50 ml Sherry,
  - 120 ml Wino Riesling,
  - Do szklanki 250 ml typu highball dodaj lód i pozostałe ingrediencje, zamieszaj.
- **Cascade ("D")**
  - 30 ml Crème de Cassis,
  - 30 ml French Vermouth,
  - Woda gazowana,
  - Do szklanki 250 ml typu goblet, dodaj lód, dodaj ingrediencje, uzupełnij wodą, zamieszaj.
- **Dog Nose ("A")**
  - 60 ml Gin,
  - 120 ml Porter,
  - Wymieszać w szklance 250 ml typu highball z kruszonym lodem.
- **Peter Abbot ("D")**
  - 2/3 Zimnego soku pomarańczowego,
  - 1/3 Zimnego piwa (full light),
  - Bez lodu w wysokiej szklance typu highball.

Puff

- **Whiskey Puff ("D.S.")**
  - 60 ml Whiskey,
  - 60 ml Milk,
  - 40 ml Wody sodowej,
  - Do szklanki 250 ml typu highball dodaj lód. Dodaj ingrediencje i wodę, dobrze wymieszaj. Nazwa pochodzi w zależności od użytego alkoholu. Dla (Brandy, Gin, Rum, Wódka) używaj nazwy alkoholu Puff.

Punch

- **Rum Swizzle ("D")**
  - 60 ml Gold Label Rum,
  - Sok z 1 lime lub cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - 2 Chlusty Angostura Bitters,
  - 60 ml Wody gazowanej,
  - Do szklanki 360 ml typu Collins nalej sok, wodę i cukier. Napełnij szklankę śniegiem lodowym, dobrze wymieszaj. Dodaj pozostałe ingrediencje, uzupełnij wodą, podaj z mieszadełkiem.
- **Whiskey Milk Punch ("D.S.")**
  - 60 ml Whiskey,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - 250 ml Mleka,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki 360 ml typu Collins. Oprószyć gałką muszkatołową.

Sangaree

- **Claret Sangaree ("D.S.")**
  - 120 ml Claret,

- 2 Łyżeczki syropu cukrowego,
- Do szklanki 300 ml typu highball dodaj syrop z lodem. Uzupełnij winem, oprósz gałką muszkatołową.

❖ **Mexican Sanagaree**

- 120 ml Red Wine (Dry),
- 120 ml Soku pomarańczowego
- 1 łyżeczka soku z cytryny,
- 2 Łyżeczki cukru,
- Woda sodowa,
- Do szklanki 360 ml typu Collins dodaj lód, ingrediencje, dobrze wymieszaj, oprósz gałką muszkatołową.

Sling

❖ **Singapore Gin Sling ("D.S.")**

- 60 ml Dry Gin,
- 2 Łyżeczki Cherry Liqueur,
- Sok z ½ cytryny,
- 1 Łyżeczka Grenadine Syrup lub Cherry Syrup,
- 1 Chlust Angostura Bitters or Benedictine,
- Woda sodowa,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki typu highball. Dodać twist z cytryny, 3-5 wiśni, uzupełnić wodą.

Squirt

❖ **Whiskey Squirt ("S")**

- 60 ml Whiskey,
- 1 Łyżeczka Curacao,
- 1 Łyżeczka cukru pudru,
- 1 Łyżeczka Raspberry lub Grenadine syrup,
- Woda gazowana,
- Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki 240 ml typu highball. Uzupełnić wodą, dekorować plastrem ananasa i truskawkami.

Toddy

❖ **Applejack Toddy ("D.S.")**

- 60 ml Apple Jack,
- 1 Płaska łyżeczka cukru pudru,
- 2 Łyżeczki wody,
- ½ Kostki cukru,
- Do szklanki 150 ml typu tumbler lub old fashioned dodaj wodę i cukier. Zamieszaj, dodaj lód, pozostałe ingrediencje, powtórnie wymieszaj podawaj z twistem z cytryny.

Napoje mieszane bezalkoholowe I z bardzo ograniczonym dodatkiem alkoholu – "Soft Drinks" – napoje łagodne, orzeźwiające.

❖ **Alice Milk Shake**

- 60 ml Soku ananasowego,
- 50 ml Soku pomarańczowego,
- 1 Łyżeczka Grenadine Syrup,
- 20 ml Słodkiej śmietanki,
- 3 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

- **Baby Milk Shake**
  - 3/4 kieliszka wina soku ananasowego,
  - 3/4 kieliszka wina soku brzoskwiniowego,
  - 3/4 kieliszka wina słodkiej śmietanki,
  - 3 Łyżeczki kruszonego lodu.
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Blackcurrant Lemonade**
  - 120 ml Soku z czarnej porzeczki,
  - 30 ml Sweet Vermouth,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Blackcurrant Egg Nogg**
  - 120 ml Soku z czarnej porzeczki,
  - 1 Łyżeczka Rumu,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Chocolate Milk Shake**
  - 150 ml Mleka,
  - 1 Łyżeczka Cacao,
  - 40 ml Soku pomarańczowego,
  - 2 Łyżeczki cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Daisy Drink**
  - 2 Łyżeczki soku z cytryny,
  - 30 ml Raspberry Syrup,
  - 30 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Woda sodowa,
  - Do szklanki 200 ml typu highball, dodaj lód i pozostałe ingrediencje. Uzupełnij wodą, dekoruj wiśnią, podawaj ze słomką.
- **Floride Fruit Soda**
  - 60 ml Soku pomarańczowego,
  - 30 ml Soku z cytryny,
  - 30 ml Soku malinowego,
  - 30 ml Syropu porzeczkowego,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - 2 Chlusty Angostura Bitters,
  - Woda sodowa,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać z wodą i słomką.
- **Lemon Egg Nogg**
  - 60 ml Mleka,
  - 1 Jajko,
  - 2 Łyżeczki soku z cytryny,
  - 2 Łyżeczki cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać z twistem z cytryny i słomką.
- **Minth Milk Shake**
  - 180 ml Mleka,
  - 30 ml Crème de Menthe,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,

- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Negro Egg Nogg**
- 180 ml Mleka,
- 1 Łyżeczka Nescafe,
- 1 Łyżeczka kakao w proszku,
- 1 Żółtko,
- 1 Łyżeczka cukru,
- 1 Łyżeczka kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką
- Nescafe Milk Shake
- 120 ml Słodkiej śmietanki,
- 1 Łyżeczka Nescafe,
- 1 Łyżeczka cukru,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Orange Milk Shake**
- 150 ml Mleka,
- Sok z 1 pomarańczy,
- 1 Łyżeczka cukru,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką i twistem z cytryny.

❖ **Orange Smile**
- 120 ml Soku pomarańczowego,
- 1 Jajko,
- 1 Łyżeczka Raspberry Syrup,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Pussyfoot Egg Nogg**
- 60 ml Soku pomarańczowego,
- 30 ml Soku z cytryny,
- 1 Łyżeczka Syropu malinowego,
- 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
- 1 Białko jaja,
- 1 Łyżeczka cukru,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Rum Lemonade**
- 30 ml Rum,
- 30 ml Soku z cytryny,
- 30 ml Syropu malinowego,
- 120 ml Wody naturalnej,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Rum Milk Shake**
- 150 ml Mleka,
- Białko jaja,
- 2 łyżeczki cukru,
- 60 ml Light Rum,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 30 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Straw-berry Milk Shake**
- 120 ml Mleka,
- 60 ml Syropu truskawkowego,
- 20 ml Soku z cytryny,

- 1 Łyżeczka Orange bitters,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

❖ **Tea-Bag Punch**
- 60 ml Mocnej herbaty,
- 80 ml Soku pomarańczowego,
- 40 ml Syropu malinowego,
- 20 ml Soku z cytryny lub lime,
- 20 ml Soku z ananasa,
- Cukier do smaku,
- Do szklanki 300 ml typu highball dodaj lód, wszystkie ingrediencje, uzupełnij wodą, zamieszaj, dodaj twist z pomarańczy.

❖ **Vermouth Lemonade**
- 60 ml Sweet Vermouth,
- Sok z ½ cytryny,
- 30 ml Syropu porzeczkowego,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Woda sodowa,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Uzupełnj wodą, podawaj ze słomką.

❖ **Vermouth Milk Shake**
- 150 ml Mleka,
- 60 ml Sweet Vermouth,
- 1 Łyżeczka soku z cytryny,
- 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
- Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

Poradnik dla początkujących:

❖ Bądź zawsze czysty, dbały o swój wygląd zewnętrzny, pogodny i dyplomatyczny.
❖ Pamiętaj, że twoje ręce są zawsze pod stałą obserwacją, zwracaj szczególną uwagę na swoje paznokcie.
❖ Picie lub palenie za barem jest zachowaniem niewłaściwym, a w niektórych krajach jest wykroczeniem przeciw prawu.
❖ Lód jest niezbędny we wszystkich cocktailach, sprawdź zawsze czy masz go pod dostatkiem i czy jest czysty i klarowny.
❖ Wyposażenie i cały asortyment szkła utrzymuj w stanie czystym i wypolerowane. Pamiętaj, że w przypadku, kiedy jest to konieczne, szkło powinno być oziębione (schłodzone) przed podaniem.
❖ Biorąc szkło do ręki, bierz je zawsze za nóżkę lub podstawę. Nigdy nie wkładaj palców rąk do środka i nie chwytaj blisko krawędzi (obrzeża) szkła.
❖ Pamiętaj, że wyszczerbione szkło pozbawi cię dochodu z co najmniej czterech drinków.
❖ Otwieranie butelek z szampanem lub winem musującym – wystrzałem, jest w złym guście, niebezpieczne i niedobre dla wina.
❖ Nadmierne musowanie szampana wcale nie świadczy o jego jakości.
❖ Serwując napoje, wina, do stołu podawaj je, jeżeli to tylko możliwe, z prawej strony każdego gościa.
❖ Zamierzając wycisnąć sok z owoców cytrusowych, rozgrzej je przedtem zanurzając w gorącej wodzie.
❖ Jajka rozbijaj zawsze nad osobnym naczyniem, w celu sprawdzenia jego świeżości.
❖ Nie będziesz wysoko ceniony jako barman, jeżeli nie będziesz miał przy sobie przyborów takich jak: zapałki lub zapalniczka, uniwersalny klucz kelnerski, obcinacz do cygar, długopis lub pióro.

- Do produkcji cocktaili i napoi mieszanych używaj zawsze wysokogatunkowych produktów.
- Nigdy nie wlewaj musującego składnika do shakera, szklanicy mikserowej, miksera elektrycznego.
- Cocktaile powinny być podane natychmiast po przyrządzeniu, w przeciwnym razie tracą na wartości.
- Cocktailu nie kołysz do snu – akcja ma być krótka i dynamiczna. Potrząsaj, nie kołysz.
- W barach o dużej frekwencji gości przyjęte jest używanie uprzednio przygotowanych składników, jak sok pomidorowy (przyprawiony), uprzednio przygotowane soki z cytrusów, białka kurze itp.
- Dekoracja cocktailu jest sprawą indywidualną, jest uzupełnieniem smaku cocktailu, czy też stanowi kontrast koloru napoju, czasami jedno i drugie np: liść selera do „Bloody Mary".
- Nalewaj do shakera, szklanicy mikserowej czy miksera elektrycznego najpierw składniki najtańsze, jeżeli popełnisz błąd, zniszczysz tylko składnik najtańszy, a nie drogi alkohol.
- Nigdy nie napełniaj szkła po sam brzeg, grozi to rozlaniem lub zabrudzeniem lady barowej, stołu czy ubrania.
- Staraj się zaaranżować swój bar tak, aby był on atrakcyjny, wygodny w pracy, przestrzegaj zasady – po użyciu butelki z alkoholem odstaw ją na poprzednie właściwe jej miejsce.
- Pamiętaj, dobry barman to kupiec i sprzedawca zawsze mający zbyt dla swoich napoi mieszanych, cocktaili, jeżeli robisz je dobrze, możesz być pewien, że goście do ciebie powrócą.
- Twoje motto w pracy to „uczciwość" i „umiejętności".

Dziesięć przykazań barmana

1. Mieszanie trunków jest sztuką, która tworzy aromat, smak, żywość i kolor. Barman, który opanował tę sztukę jest artystą.
2. Misją barmana jest rozweselanie i rozpogadzanie gości, a nie upijanie i zasmucanie ich.
3. Z gościa czyń przyjaciela, a nie z przyjaciela – gościa.
4. Nigdy nie serwuj drinków bez uśmiechu – pamiętaj: „keep smiling"
5. Mów tylko to, co jest konieczne – nie słuchaj tego, co ciebie nie dotyczy - zapomnij przekazane ci sekrety.
6. Barman powinien być zawsze elegancki, subtelny, uprzejmy i delikatny.
7. Nie czyń żadnych sztuczek z drinkami, nie igraj z zaufaniem swoich gości, przyjaciół – serwuj to, co masz najlepsze i nie oszukuj na alkoholu.
8. Bądź cierpliwy wobec wszystkich, również wobec swoich współpracowników, pomocników, nie oszukuj ich i ucz zawodu z przyjemnością.
9. Barman w żadnym przypadku nie uchybia swojej etyce zawodowej i nikomu nie pozwala na łamanie jej.
10. Praca barmana jest ciężka i odpowiedzialna, bądź dumny, że jesteś barmanem, lecz zasłuż sobie na tę dumę, podnoś stale swoje kwalifikacje zawodowe.

Rady i uwagi dla barmana:

- Pamiętaj, że apetyty gości, a więc i twoje obroty zależą od przestrzeganych przez ciebie zasad czystości.
- Niczego niepotrzebnie nie dotykaj palcami.
- Jeżeli palisz i nie możesz pozbyć się nałogu, pal jak najmniej.
- Dobre wychowanie wymaga, aby w żadnym wypadku nie palić przy gościach.
- Nie traktuj gościa jak dobrze wypełniony portfel, ale jak obywatela, który ma także pewne obowiązki moralne i materialne do spełnienia w stosunku do innych.
- Twój zawód przyniesie ci niejedną satysfakcję, ale najwspanialsza będzie ta, kiedy odłożywszy shaker na bok, będziesz mógł sobie powiedzieć *Byłem cały czas uczciwy i poprawny*.

OBSŁUGA KOMPUTEROWYCH SYSTEMÓW BAROWYCH I KAS FISKALNYCH

Historia wprowadzenia dla celów ewidencji podatkowej kas rejestrujących jest ściśle związana z wprowadzeniem w Polsce w połowie lat dziewięćdziesiątych **podatku VAT, nazwanego u nas podatkiem od towarów i usług.**

Każda osoba kupująca towary lub usługi powinna otrzymać dokument potwierdzający dokonanie zakupu.

W przypadku kiedy sprzedawca posiada kasę fiskalną – będzie to paragon jako wydruk z kasy rejestrującej. **Paragon** informuje o cenie, o naliczeniach podatkowych, danych sprzedawcy, częściowej strukturze ceny towaru (z podaniem wysokości stawek podatku VAT dla poszczególnych grup towarowych).

Każdy klient powinien otrzymać paragon bez dodatkowych starań.

W przypadku nieotrzymania, należy żądać paragonu, gdyż jest on ważny z kilku powodów.

Po pierwsze **ułatwia klientowi dochodzenie swych praw** w przypadku, kiedy zakupiony towar lub usługa nie odpowiada jakości deklarowanej przez producenta lub posiada wady. Umożliwia klientowi rachunkową i rzeczową kontrolę poprawności rozliczenia transakcji. Pomaga w prowadzeniu porównań cenowych w sieci handlowej.

Po drugie, **sprzyja uczciwej konkurencji**. Każdy sprzedawca wydając paragon, rejestruje swoje obroty. Klient żądając paragonu, zmusza niejako sprzedawcę do stosowania czystych reguł konkurowania.

Kasa fiskalna jest swego rodzaju elektronicznym licznikiem i rejestratorem obrotów handlowych oraz należności podatkowych związanych z tymi obrotami. Jest wyposażona w specjalnie zabezpieczony moduł pamięci umożliwiający trwały i jednokrotny zapis danych, bez możliwości ich likwidacji, które można wielokrotnie odczytać.

Po trzecie, biorąc paragon do ręki, klienci pomagają sobie w sposób pośredni.

Jeżeli sprzedawca wyda paragon, będzie musiał odprowadzić należny podatek do budżetu państwa.

Klient może być w takiej sytuacji pewien, że zapłacony przez niego, naliczony w cenie podatek, uwidoczniony na paragonie, rzeczywiście trafi do budżetu.

Po czwarte, biorąc paragon klienci przyczyniają się do **likwidacji „szarej strefy".** Sprzedawcy nie mają możliwości ukrywania swoich dochodów.

Należy zwrócić uwagę, że część podatników uchyla się od obowiązku instalowania kas fiskalnych. Są również i tacy, którzy mimo tego, że posiadają kasę fiskalną, nie rejestrują obrotów, czyli **ukrywają swoje dochody**.

Tym bardziej, w celu stworzenia równych warunków konkurowania na rynku, konsumenci powinni żądać paragonu.

Ważne, aby o cenie towaru czy usługi decydowała operatywność sprzedawcy i uczciwa konkurencja, nie zaś nierzetelność.

Ustawodawca *ustawą z 8 stycznia 1993 r. o podatku od towarów i usług oraz o podatku akcyzowym i ustawą z dnia 11 marca 2004 roku o podatku od towarów i usług* nałożył na uczestników obrotu gospodarczego obowiązek rejestracji czynności handlowej. Prowadzenie ewidencji obrotu i kwot podatku należnego powinno być dokonywane przy zastosowaniu kas rejestrujących.

Kasa fiskalna jest ponadto jednym z czynników gwarantujących ochronę praw konsumenckich na rynku detalicznym. Ponadto, ułatwia i przyspiesza ewidencję, upraszcza operację deklaracyjnego rozliczenia. Może ułatwić kontrolę bieżących stanów magazynowych. Dzięki kasie fiskalnej sprzedawca uzyskuje wydruki specjalnych raportów dziennych i dobowych, zawierających szczegółowe dane o wysokości obrotu uzyskanego w danym dniu lub miesiącu, czy roku. Wydruki te informują o strukturze, naliczeniach podatkowych, które stanowią prawie gotową podstawę do sporządzenia przez sprzedającego deklaracji podatkowej.

Kasy fiskalne to ogniwo łączące sferę zainteresowań konsumenta, sprzedaży i budżetu państwa, a skuteczność i sprawność tego systemu w dużej mierze zależy od zachowań konsumenckich

Obecnie na rynku usług gastronomicznych jest używane kilka rodzajów komputerowych systemów obsługi i rejestracji sprzedaży, które omówione są poniżej.

PROGRAM GASTRONOMICZNY GASTRO
Zastosowanie tego programu obejmującego kompleksowy program sprzedaży i rozliczeń gastronomii ma miejsce w restauracjach, kawiarniach, dyskotekach, barach, pizzeriach.

Sprzedaż kelnerska rejestrowana jest poprzez ekrany dotykowe lub kasy fiskalne.

Program **GASTRO SZEF** – jest to program kalkulacyjny rozliczający gastronomię. (Umożliwia szybkie i dokładne rozliczenie oraz kontrolę gastronomii, co pozwala oprócz prawidłowego kierowania przedsiębiorstwem, upewnić się, czy wszyscy pracownicy w firmie są uczciwi i rzetelni.)

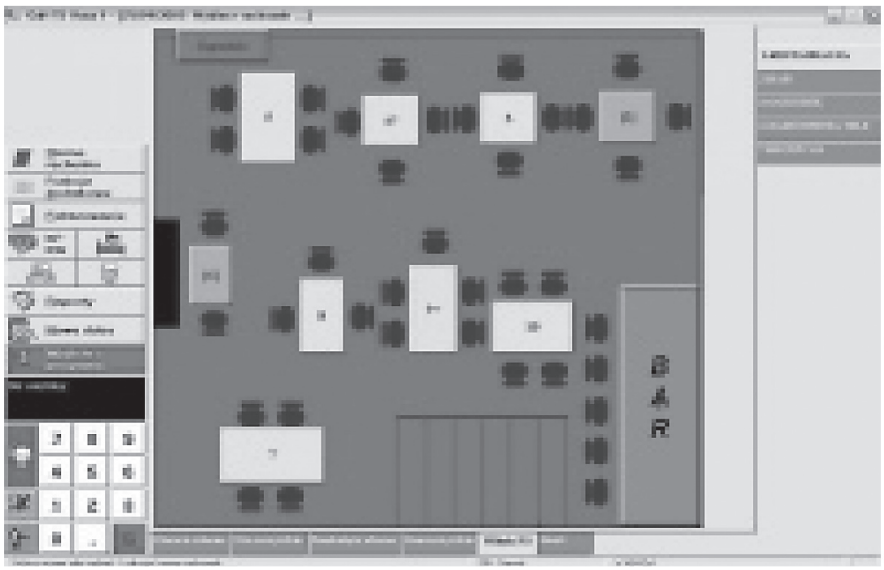
Program **GASTRO POS** – jest to program sprzedaży kelnerskiej z użyciem ekranów dotykowych. (*Samodzielny program sprzedaży na ekranach dotykowych przypomina pracę na zwykłej kasie z tą tylko różnicą, że klawisze wyświetlane są na ekranie.)*

System gastronomiczny GH-POS
Jest to system obsługi i zarządzania gastronomią, nowoczesny, przeznaczony do różnego rodzaju lokali gastronomicznych. Umożliwia kontrolę i rozliczanie zakładów gastronomicznych.

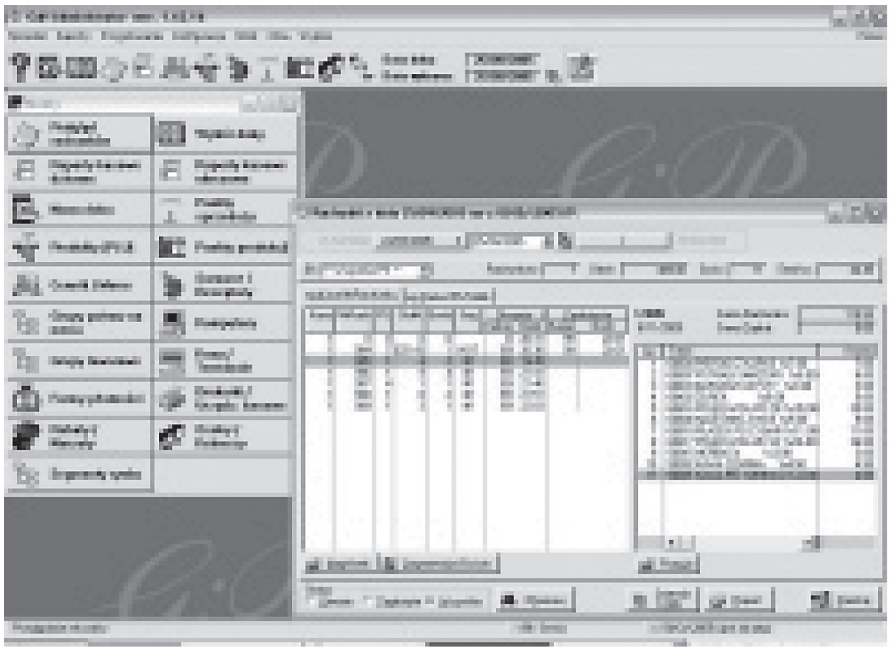
System oparty jest na terminalach POS z ekranem dotykowym oraz bonownikami kelnerskimi z łącznością radiową. Jest doskonałym narzędziem nadzoru i weryfikacji sprzedaży wykorzystującym szeroki wachlarz dostępnych raportów, analiz i wykresów, gwarantującym precyzyjną kontrole. Wykorzystanie systemu video-nadzoru VDR-S umożliwia porównanie zarejestrowanej sprzedaży z fizyczną jej realizacją.

Wykaz podstawowych programów wchodzących w skład systemu:

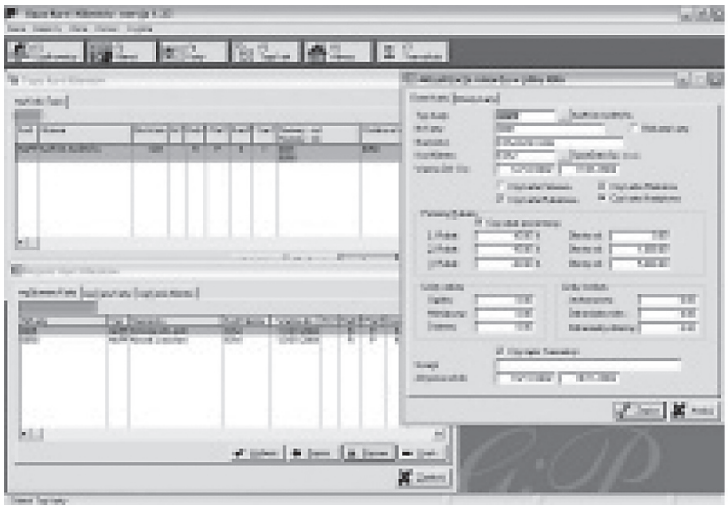
- GH-POS (układ graficzny stolików na sali);



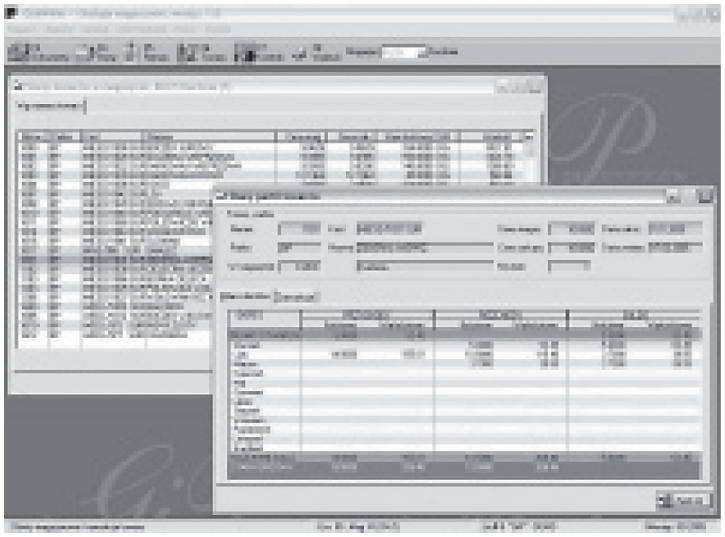
- ADMINISTRATOR;



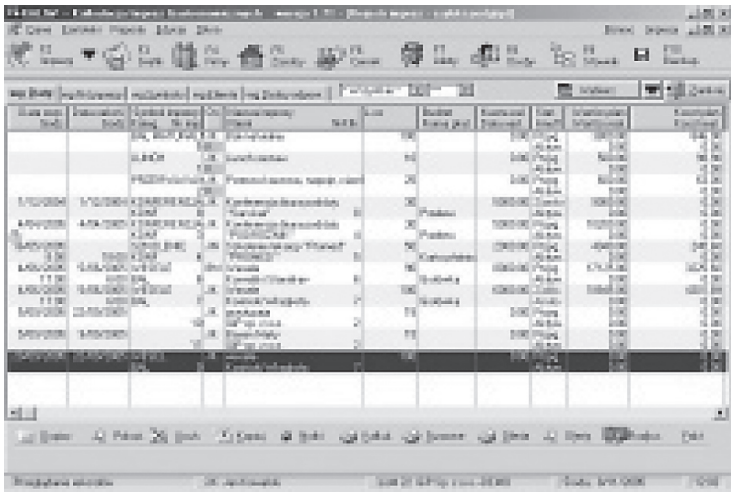
- GaH-Receptury;



- GaM - program magazynowy;



- KALIG - kalkulacja imprez.



GH-POS

Jest to nowoczesny program obsługi sprzedaży gastronomicznej obsługiwany za pomocą standardowego sprzętu komputerowego PC lub na dedykowanych terminalach POS z wy-

korzystaniem monitorów z ekranami dotykowymi. Dodatkowo wykorzystywane są urządzenia wspomagające sprzedaż takie jak:

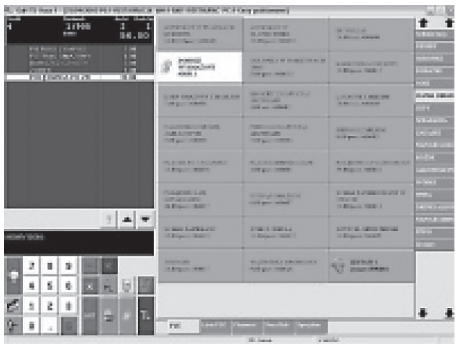
- drukarki bonowe kuchenne/barowe,
- drukarki rachunków i faktur,
- drukarki fiskalne,
- bonowniki kelnerskie z łącznością radiową,
- czytniki kart magnetycznych,
- wagi,
- szuflady kasowe itp.

Program GH-POS zapewnia:

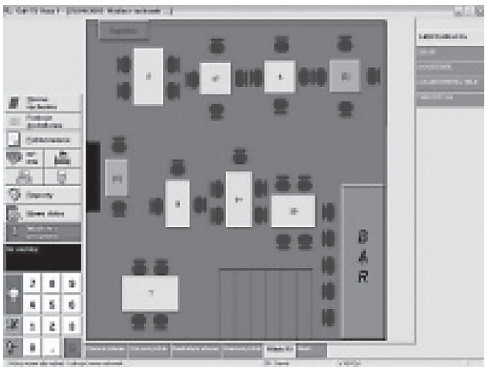
- obsługę wielu punktów sprzedaży (restauracja, bar, ogródek) i produkcji (kuchnia, bar),
- sprzedaż kelnerską, barową lub kurierską w ramach jednej instalacji,
- pracę na otwartych rachunkach – bonowanie, domawianie, korygowanie, stornowanie,
- określenie uprawnień do każdej funkcji w programie dla każdego operatora,
- zgłoszenie sprzedawcy indywidualnym kodem numerycznym lub kartą magnetyczną,
- możliwość wyboru punktu sprzedaży, menu, poziomu cenowego itp.,
- do 5 poziomów cenowych dla każdej pozycji menu,
- szybkie bonowanie (presety) i łatwe wyszukiwanie produktów PLU wg numeru lub nazwy,
- predefiniowane rabaty i narzuty,
- wiele form płatności, storna, transfery, dzielenie, łączenie i przekazywanie rachunków,
- wydruk bonów zamówień na drukarce kuchennej lub barowej,
- wydruk paragonów fiskalnych, rachunków gości oraz faktur,
- różnorodne raporty kasowe, kelnerskie, sprzedaży i produkcji,
- bieżący podgląd rachunków i dziennika zdarzeń,
- obsługa z graficznego układu punktów sprzedaży.

Przykładowe ekrany

Obsługa rachunku



Obsługa z graficznego układu lokalu



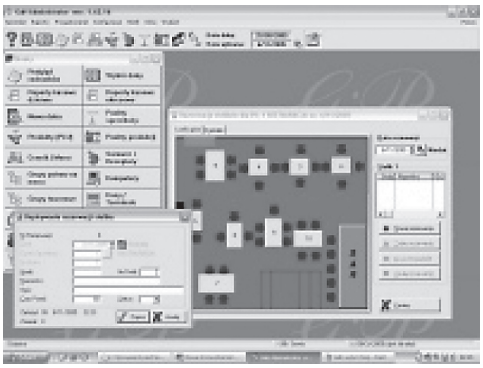
Obsługa rezerwacji

Rachunki bieżące

Moduł rezerwacji stolików

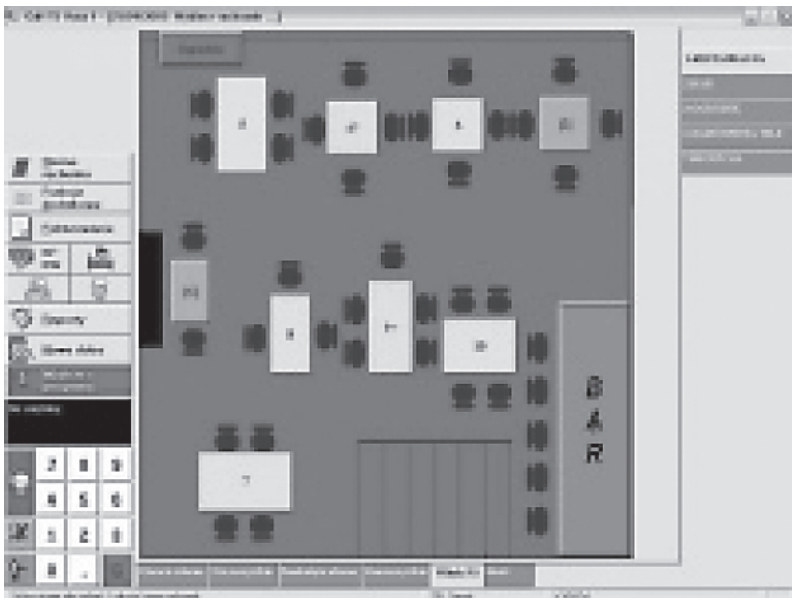
Moduł pozwala na zarezerwowanie dowolnego stolika na dowolnie wybrany termin z dokładnością czasu rezerwacji do 1 minuty. Zakładając rezerwację **można zapisać specjalne życzenia gości oraz podać czas potrzebny do realizacji zamówionych usług**. Moduł rezerwacji stolików obsługiwany jest wielopoziomowo.

Przyjmowanie rezerwacji wykonujemy w programie GH-POS i w programie Administrator.



Zarezerwowany stolik zaznaczany jest na widoku sali odmiennym kolorem oraz nawiasami kwadratowymi przy numerze.

Rezerwacja zaznaczona kolorem pomarańczowym na widoku sali:



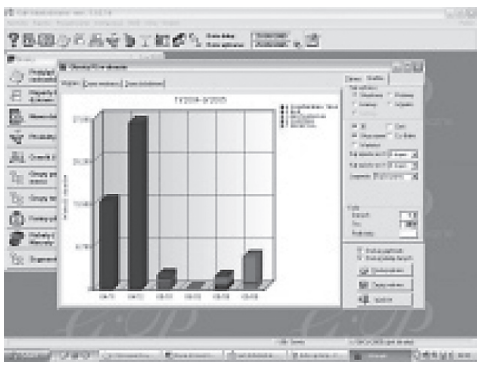
Moduł zamówień
Moduł realizacji i kontroli zamówień składanych w Punktach Sprzedaży (restauracja) i realizowanych przez Punkty Produkcji (kuchnia/bar) pozwala śledzić stan realizacji zamówienia, zarówno od strony wykonawcy, jak i zamawiającego. Może wspomagać lub zastąpić wydruk zamówień na drukarkach kuchennych/barowych.

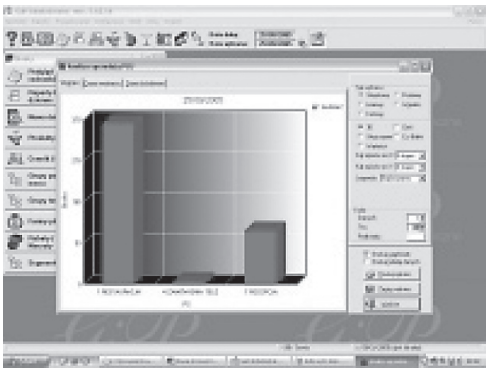
Jest to szczególnie przydatne przy znacznym oddaleniu Punktu Sprzedaży od Punktu Produkcji, gdyż kelner nie musi pytać o swoje zamówienia w kuchni – sprawdza na kasie, czy są gotowe do odbioru. Powiadomienie o realizacji zamówienia może być przesłane także do Bonownika Kelnerskiego.

Moduł zamówień zapewnia:
- Informację o bieżącym etapie realizacji zamówienia;
- Możliwość zastąpienia kuchennych drukarek bonowych;
- Podgląd receptur i blokowanie sprzedaży produktu PLU (w przypadku wyczerpania zapasów surowców potrzebnych do produkcji);
- Pełną historię zamówień i bonów dla wszystkich punktów produkcji w postaci raportu;
- Podgląd listy produktów PLU wraz z recepturami – możliwość blokowania produktów;

Funkcje składania i kontroli złożonych zamówień działają na każdym stanowisku sprzedaży. Funkcje realizacji zamówień mogą działać na stanowisku GH-POS (np. w barze, który może być jednocześnie Punktem Sprzedaży i Punktem Produkcji) lub oddzielnym komputerze zainstalowanym np. w kuchni. Po zabonowaniu, zamówienia są rozdzielane do Punktów Produkcji.

Moduł analizy, statystyki i wykresy
Opcjonalna funkcja systemu gastronomicznego obsługiwana z programu Administrator obejmuje interaktywne narzędzia do analizy danych, pozwalające uzyskać efekty takie same jak zastosowanie tabel przedstawionych w Excelu:
- Grupowanie danych w układzie drzewa, dowolne zwijanie lub rozwijanie gałęzi;
- Analizowanie danych na różnych poziomach szczegółowości (drill-down);
- Określanie udziału procentowego każdej gałęzi w wyższym poziomie;
- Tworzenie rankingów według wartości;
- Raporty w dowolnym układzie (prosty, intuicyjny generator raportów);
- Eksport danych w określonym układzie do Excela.





Ponadto, dzięki zastosowaniu kreatora raportów, użytkownik może tworzyć własne raporty analityczne, stosować grupowanie danych według różnych kryteriów, określać ich zakres, np. punkty sprzedaży (PS), punkty produkcji (PP), grupy towarowe (GT) itp. **Dane mogą być wyeksportowane w formacie czytelnym dla arkuszy kalkulacyjnych.** Dodatkowo moduł generuje wykresy (słupkowe, liniowe i kołowe), ułatwiające analizę sprzedaży.

Wykresy obejmują m.in.:
- obroty PS ogółem,
- obroty PS w okresie (w dniach lub miesiącach),
- obroty wg grup towarowych,
- obroty wg segmentów rynku,
- obroty kelnerów,
- obroty regionów (dla sprzedaży kurierskiej).

Administrator
Program Administrator służy do zarządzania stanowiskami sprzedaży GH-POS oraz umożliwia rozliczanie i analizę sprzedaży. Do podstawowych jego funkcji należy tworzenie i edycja menu, czyli asortymentu i cen oraz przyporządkowanie pozycji menu do punktu produkcji i jego drukarki kuchennej.

Funkcje Administratora pozwalają na przygotowanie sprzedaży:
- Skonfigurowanie urządzeń systemu (kas, drukarek, czytników kart, dozowników do napojów);
- Zdefiniowanie Punktów Sprzedaży i Punktów Produkcji;
- Wprowadzenie asortymentu sprzedaży i cen PLN.

Jedną z ciekawszych funkcji w programie jest możliwość podglądu wszystkich rachunków z wybranej doby, a także bieżących (otwartych) we wszystkich lub wybranych punktach sprzedaży. Dla potrzeb nadzoru sprzedaży wprowadzono możliwość bezpośredniego, bieżącego podglądu zmian pozycji na liście rachunków (funkcja włączana przyciskiem **„Obserwuj"**).

Administrator umożliwia wydruk całej gamy użytecznych raportów. Dla każdego raportu użytkownik może ustalić odrębne kryteria filtrowania i sortowania danych.

Administrator Centralny
Administrator służy do zarządzania siecią punktów gastronomicznych, w których zainstalowane są programy obsługi sprzedaży GH-POS i Administrator lokalny. Wykorzystując łącza internetowe i mechanizmy automatycznej wymiany danych Administrator centralny przesyła do Administratorów lokalnych dane o produktach PLU, cennikach i promocjach, w zamian otrzymując dane o dokonanej sprzedaży, które następnie grupujemy otrzymując kompleksowe raporty z całej sieci lokali gastronomicznych.

Program GaM jest przeznaczony do prowadzenia gospodarki magazynowej w gastronomii i może obsługiwać jeden lub wiele magazynów. Dostawy towaru w różnych cenach mogą być pamiętane oddzielnie, w cenach zakupu lub wspólnie, z uśrednioną (średnia ważona) ceną zakupu. **Program GaM współpracuje z modułem GaH i programem KALIG**, umożliwiając śledzenie zużycia surowców w gastronomicznych punktach produkcji oraz śledzenie cen kalkulacyjnych w porównaniu z cenami zakupu.

Funkcje programu GaM:
- Obsługa wielu magazynów i wielu kartotek rocznych;
- Ewidencja wartościowa w cenach zakupu lub uśrednionych;
- Definiowane rodzaje operacji i dokumentów magazynowych;
- Przyjęcia/wydania realizowane na bieżąco lub po potwierdzeniu;
- Możliwość podziału stanów magazynowych na partie towaru wg: ceny zakupu, ceny ewidencyjnej, daty dostawy, dostawy;
- Wydania w kolejności partii towaru;
- Pełna obsługa remanentów: wydruk arkusza spisowego, rejestracja stanów maga-

zynowych z natury, zestawienie różnic inwentaryzacyjnych, automatyczne tworzenie dokumentów korygujących;
- ❖ Pełna obsługa przewartościowania magazynu: automatyczna zmiana cen ewidencyjnych w magazynie wg katalogu towarów i utworzenie dokumentu zmiany stanów wartościowych magazynu;
- ❖ Kontrola haseł i uprawnień użytkowników;
- ❖ Praca wielostanowiskowa w sieci lokalnej;
- ❖ Fakturowanie wydań w programie FAKT;
- ❖ Analiza obrotu surowców z uwzględnieniem obrotów wynikających ze sprzedaży.

MODEL KALIG - Kalkulacja imprez gastronomicznych

KALIG służy do przygotowania i rozliczeń imprez gastronomicznych, takich jak bankiety, bale, konferencje itp. Spełnia trzy podstawowe funkcje:
- ❖ rezerwacje sal, pokoi i wyposażenia imprez,
- ❖ kalkulacje imprez w oparciu o ceny potraw (PLU) i usług,
- ❖ rozliczenie imprezy po jej zakończeniu.

Obejmuje cały cykl obsługi imprezy: od wstępnej kalkulacji i informacji dla klienta, przez wydruk oferty, rezerwacje zasobów, śledzenie wpłaty zaliczki i etapów realizacji imprezy, aż do zarejestrowania faktycznej sprzedaży i rozliczenia imprezy.

Czytelny grafik zapewnia szybką kontrolę stopnia zajęcia zasobów oraz informacje o imprezach korzystających z danej sali lub wyposażenia. Program umożliwia przekroczenia limitów rezerwacji zasobu (overbooking) - generowane jest ostrzeżenie o przekroczeniu i pojawia się odpowiednie oznaczenie na grafiku (podgląd rezerwacji konfliktowych). Na krótko przed imprezą wysyłane są alerty do osób odpowiedzialnych. **Alerty** pozwalają na automatyczne powiadamianie użytkowników o sprawach wymagających uwagi, nierozstrzygniętych konfliktach w rezerwacjach zasobów zbliżających się imprez, zmianach dokonanych w imprezach na krótko przed ich rozpoczęciem. Można też w tej postaci ręcznie wprowadzać komunikaty, skierowane do siebie lub innych osób z wyznaczonym terminem.

ZASTOSOWANIE – zarządzanie sieciami gastronomicznymi.

System GH-POS jest przygotowany do wykorzystania przez firmy posiadające sieć zarządzanych centralnie lokali gastronomicznych. Pozwala na efektywne zarządzanie sprzedażą i kosztami, wykorzystując łącza internetowe i mechanizmy automatycznej wymiany danych.

W wersji minimalnej do kontroli samej sprzedaży wystarcza program Administrator w centrali i Administrator lokalny wraz z programem GH-POS w lokalach. Jeżeli potrzebna jest szczegółowa kontrola ilościowa i kalkulacja kosztów, można dołączyć do systemu centralnego moduł GaH oraz program GaM.

Funkcje systemu centralnego zarządzania:
- ❖ W centrali zakładane są asortymenty, receptury, menu i ceny, które następnie przesyłane są do sieciowych lokali gastronomicznych;
- ❖ Z lokali gastronomicznych do centrali przekazywane są dzienne obroty;
- ❖ Okresowo z lokali przesyłane są do centrali dane magazynowe;
- ❖ W centrali można sporządzić raporty sprzedaży i analizować koszty w skali całego przedsiębiorstwa, w rozbiciu na poszczególne punkty sprzedaży.

Weryfikacja sprzedaży z systemem video-nadzoru VDR-S
Dzięki zastosowaniu systemu video-nadzoru VDR-S możliwe jest porównanie zarejestro-

wanej systemie GH-POS sprzedaży z jej fizyczną realizacją zarejestrowaną w wielomiesięcznym archiwum video.

Można także weryfikować zdarzenia w czasie rzeczywistym, porównując z podglądem rachunków w Administratorze.

Porównując te dwa przykłady mamy do dyspozycji komputerowe systemy obsługi zakładów gastronomicznych mniej lub bardziej rozbudowane, świadczy to o ich wielorakim zastosowaniu.

Żaden system komputerowy nie będzie działał bez udziału czynnika ludzkiego, dlatego też każdy z pracowników prowadzący sprzedaż powinien być przeszkolony w obsłudze kas fiskalnych na danych stanowiskach pracy.

Każdy pracownik po przeszkoleniu przez firmę instalującą system obsługi komputerowej powinien umieć obsługiwać odpowiedni program sprzedaży i znać podstawowe cechy programu.

Wybrane cechy programu:

- identyfikacja kelnera kodem lub kartą magnetyczną,
- możliwość wprowadzenia systemu kasjersko-kelnerskiego (kasjer bonuje za kelnera z pełną kontrolą rozliczeń),
- zakładanie nowych rachunków na stoły lub osoby,
- zmiana obsługi stołu,
- łączenie lub rozdzielanie rachunków,
- stały podgląd rachunku,
- całość menu na klawiszach bezpośredniego dostępu,
- możliwość bonowania za pomocą kodu PLU oraz czytnika kodów kreskowych (w sklepie hotelowym),
- wydruk zamówień na drukarce fiskalnej lub drukarkach zamówień w kuchni i barze,
- poziomy cen oraz funkcja **„happy hours"** szczególnie w barze (automatyczne przestawianie poziomu cen o zaprogramowanej godzinie),
- możliwość korekt rachunków przed i po wydrukowaniu zamówienia (ustalenie uprawnień do wykonania korekt),
- możliwość ustalenia czasu wydania potraw w kuchni i bufecie,
- rabaty, obsługa kart magnetycznych stałego klienta (karty rabatowe),
- narzuty, serwisy hotelowe modyfikacja potraw - zastąpienie jednego składnika potrawy innym,
- dodatkowe informacje - wydruk informacji dla kuchni np. bez soli, przysmażone itd.,
- współpraca z automatycznymi dozownikami napoi i alkoholi,
- różne formy płatności - gotówka, karty kredytowe, czeki,
- możliwość przerzucenia rachunku do recepcji hotelowej,
- płatność kartą magnetyczną - wewnętrzna sprzedaż bezgotówkowa,
- wydruk rachunków blankietowych na drukarkach rachunków lub typowych drukarkach atramentowych, laserowych,
- zakończenie rachunkiem wstępnym, paragonem fiskalnym, fakturą,
- zakończenie pracy, raport dzienny, raport okresowy.

Rejestracja dochodów w barze

Barman bezwzględnie zobowiązany jest przygotowywać i serwować potrawy oraz napoje **tylko i wyłącznie** po uprzednim zarejestrowaniu zamówienia w kasie fiskalnej.

Po przyjęciu zamówienia od gościa, barman rejestruje je w kasie. Po przygotowaniu zamówienia serwuje je, a „niezakończony rachunek" kładzie przed gościem „do góry nogami". W przypadku ponownego zamówienia, procedura jest powtórzona. Niedopuszczalne jest wydawanie czegokolwiek z baru bez zarejestrowania.

Pracownikom nie wolno dopisywać żadnych sum do rachunków gości lub zmieniać ich treść w jakikolwiek inny sposób. W żadnym wypadku barman nie ma prawa „dobijać" napiwku do rachunku bez akceptacji gościa lub przełożonego.

Wszystkie transakcje mają być przeprowadzane na bieżąco, a gotówka niezwłocznie włożona do kasy. Szuflada kasy ma być stale zamknięta za wyjątkiem zamykania rachunku, wydawania reszty lub w przypadku rozmieniania gotówki gościom.

Niedopuszczalne jest trzymanie rachunków lub innych dokumentów związanych z transakcjami w miejscach do tego niepowołanych. Rachunek otwarty znajduje się zawsze przed gościem, a zamknięty tylko w wyznaczonym miejscu przy kasie.

Goście hotelowi podpisujący rachunek na pokój zobowiązani są do okazania swojej karty hotelowej z widocznym numerem pokoju i podpisania zamkniętego rachunku swoim nazwiskiem drukowanymi literami łącznie z podpisem. W momencie okazania przez gościa tylko klucza, barman zobowiązany jest do bezzwłocznego sprawdzenia nazwiska gościa w recepcji bądź na kasie kelnerskiej.

Barman rozlicza się **wg Arkusza Rozliczeniowego Barmana.**

Raporty dzienne robione są przez przełożonego lub inne powołane do tego osoby dopiero po rozliczeniu się barmana.

W przypadku wszelkiego rodzaju zażaleń dotyczących jakości podawanych napojów, napoje powinny być odstawione i zastąpione nowymi. Każda reklamacja oraz inne ubytki powinny być potwierdzone przez przełożonego i szczegółowo odnotowane w **Arkuszu Ubytków,** który jest prowadzony przez cały czas trwania zmiany i zdawany po jej zakończeniu.

Ogromną zaletą programu jest możliwość podłączenia do komputera kas fiskalnych, na których rejestrują sprzedaż kelnerzy, co pozwala stworzyć całościowy, skomputeryzowany system rozliczania gastronomii od dostaw surowców do sprzedaży potraw. **Komunikacja z kasami** jest dwukierunkowa. Z jednej strony program wysyła do kas informacje o artykułach (nazwy, ceny, itp), grupach towarowych, kelnerach, rozkładzie klawiatury, z drugiej strony program pobiera z kas informacje o sprzedaży potraw, obrocie syntetycznym całej kasy oraz poszczególnych kelnerów.

LITERATURA

1. Anderson B., *Wina Włoch,* WIG-Press, Warszawa 2003.
2. Albański M. E., *Leksykon sztuki kulinarnej,* Watra, Warszawa 1987.
3. Arens-Azevedo U., *Technologia gastronomiczna z obsługą gości,* REA, Warszawa 2002.
4. Biało L., *Podstawy marketingu,* WSM SIG, Warszawa 2001.
5. Broadbent M., *Roczniki win,* WIG-Press, Warszawa 2003.
6. Cieślak J., *Od abboccato do żubrówki,* WNT, Warszawa 1992.
7. Collombet F., Paireault J. P., *Wielka księga win francuskich*, Twój Styl, Warszawa 1997.
8. Edwards M., *Szampany i wina musujące,* WIG-Press, Warszawa 2003.
9. Hogan K., *Psychologia perswazji. Strategie i techniki wywierania wpływu,* Wydawnictwo Jacek Santorski & Co, 2005.
10. Jargoń R., *Obsługa konsumenta* część 1, WSiP, Warszawa 2000.
11. Jargoń R., *Obsługa konsumenta* część 2, WSiP, Warszawa 2000.
12. Johnson H., *Przewodnik po winach świata 2003, WIG-Press, Warszawa 2003.*
13. Johnson H., *Przewodnik po winach świata 2004,* WIG-Press, Warszawa 2004.
14. Kisielnicki J., *Systemy informatyczne biznesu,* PLACET, Warszawa 1999.
15. Kramer T., *Podstawy marketingu,* PWE, Warszawa 1999.
16. Krześniak K., *Gospodarka i rachunkowość przedsiębiorstw gastronomicznych,* Hortpress, Warszawa 2002.
17. Lemmermann H., *Komunikacja werbalna*, Astrum, Wrocław 1999.
18. Luissiana B., *Polski pejzaż kulinarny*, Wiedza i Życie, Warszawa 1998.
19. Mikuła B., *Technologia gastronomiczna i obsługa konsumenta,* FORMAT-AB, Warszawa 1998.
20. Pióro T., *Czterdzieści cytrze przyjemności,* BONOWO, Warszawa 2005.
21. Priewe J., *Wino,* Świat Książki, Warszawa 2003.
22. Rosłanowska-Plichcińska K., *Inwestowanie w pracownika,* POLTEXT, Warszawa 1996.
23. Sala J., *Marketing w gastronomii,* PWE, Warszawa 2004.
24. Slogan M., *Strategia szkolenia pracowników,* PWN, Warszawa 1997.
25. Szmidli K., *Kolorowy świat drinków*, Wydawnictwo J&BF, Kraków 1997.
26. Żabicki W., *Higiena zawodowa dla szkół gastronomicznych*, WSiP, Warszawa 1998.

MATERIAŁY WARSZTATOWE

Załącznik nr 1 – Arkusz rozliczeniowy barmana

Firma (nazwa) ……

ARKUSZ ROZLICZENIOWY BARMANA

BAR……DATA……

BARMAN……..

	Wyszczególnienie	Stan wg rachunków	Stan wg kasy	Korekta błędu	Stan faktyczny
A	Rachunki gotówkowe				
B	Rachunki bezgotówkowe				
1.	Karty kredytowe				
2.	Kredyt hotelowy				
3.	Kredyty Inny				
*	Czeki				
*	Kredyt zewnętrzny				
*	Inny				
c	RAZEM (A+B)				

Utarg całkowity: (C) …….....

Utarg bezgotówkowy: (B)…….....

Utarg gotówkowy: (A)…….....

Podpis osoby odpowiedzialnej materialnie: …….

Załączyć następujące raporty:

1. Raport dzienny z kasy kelnerskiej
2. Raport dzienny z kasy fiskalnej

Załącznik nr 2 – Arkusz ubytków

Firma (nazwa) ……

ARKUSZ UBYTKÓW

Miesiąc…… Bar……..

Data	Nazwisko Barmana	Numer rachunku*	Produkt	Przyczyna	Podpis kierownika	Cena zakupu

Tę kolumnę wypełnia osoba odpowiadająca za rozliczenie inwentaryzacji baru.
Podać numer rachunku tylko w przypadku reklamacji gościa

Załącznik nr 3 - Arkusz kontrolny otwarcia i zamknięcia baru

ARKUSZ KONTROLNY OTWARCIA I ZAMKNIĘCIA BARU

L.p.	Przebieg czynności-otwarcie baru	Odbiór	Uwagi
1.	Odbiór kluczy do baru		
2.	Otwarcie drzwi baru		
3.	Sprawdzenie oświetlenia (kompletne?)		
4.	Podłączenie ekspresu do kawy		
5.	Podłączenie piwa beczkowego		
6.	Otwarcie szafek i lodówek barowych		
7.	Polerowanie półek na napoje barowe		
8.	Czyszczenie lady barowej		
9.	Polerowanie stołów i krzeseł w barze		
10.	Wystawienie alkoholi na czyste półki kredensu		
11.	Rozłożenie podręcznego sprzętu barowego		
12.	Polerowanie i ustawianie szkła		
13.	Uzupełnienie cukiernic i menaży		
14.	Przygotowanie dodatków complimentarnych		
15.	Sprawdzenie i rozstawienie kart menu		
16.	Sprawdzenie i odebranie stanu baru wg raportu		
17.	Pobranie zamówionego towaru		
18	Przygotowanie owoców i dodatków uzupełniających		
19.	Włączenie kasy fiskalnej		
20.	Uzupełnienie druków raportów i taśm do kas		
21.	Sprawdzenie aktualnych informacji dla gości i pobranie gazet		

L.p.	Przebieg czynności-zamknięcie baru	Odbiór	Uwagi
1.	Odłączenie piwa beczkowego		
2.	Wyłączenie i wyczyszczenie ekspresu do kawy		
3.	Przygotowanie zamówienia na druku AZM		
4.	Zamknięcie napojów w szafach i lodówkach		
5.	Zabezpieczenie podręcznego sprzętu barowego		
6.	Złożenie szkła i porcelany		
7.	Schowanie owoców i dodatków do lodówki		
8.	Złożenie dodatków complimentarnych do szafy		
9.	Wypełnienie Arkusza Rozliczeniowego Barmana		
10.	Wyłączenie kasy fiskalnej		
11.	Wpłacenie utargu do wyznaczonej kasy		
12.	Skompletowanie kart menu		
13.	Czyszczenie lady barowej i kredensu baru		
14.	Czyszczenie stołów i krzeseł w barze		
15.	Pogaszenie świateł w barze		
16.	Zamknięcie drzwi baru		
17.	Oddanie kluczy		

Ćwiczenia I – Terminologia i funkcjonowanie sprzętu barmańskiego

1. **Cel ćwiczenia:** Zapoznanie uczestników z podstawowym sprzętem barmańskim, sposobem jego użycia i nazewnictwem.
2. **Metoda:** Ćwiczenia indywidualne.
3. **Przebieg:**
   a. Omówienie ćwiczeń przez trenera.
   b. Praktyczne przygotowanie stanowiska pracy.
   c. Przygotowanie szkła barowego.
   d. Prawidłowe ułożenie sprzętu na stanowisku pracy.
   e. Nauka prawidłowego chwytu shakera.
   f. Nauka właściwej postawy podczas shakerowania.
   g. Wykonywanie dekoracji do drinków z użyciem profesjonalnych narzędzi.
   h. Nauka mieszania, przecedzania drinków z użyciem szklanicy barmańskiej i sitka.
   i. Podsumowanie zajęć praktycznych – dyskusja.

Ćwiczenia II – Techniki i psychologia sprzedaży

1. **Cel ćwiczenia:** Uświadomienie uczestnikom ich roli w procesie sprzedaży usług gastronomicznych.
2. **Metoda:** praca w grupach.
3. **Przebieg:**
   a. Omówienie ćwiczeń przez trenera.
   b. Odgrywanie scenek rodzajowych z wiedzy o usłudze (przedstawienie swoich mocnych stron).
   c. Opracowanie w grupie metod wpływu na klienta – przekonanie go do skorzystania z naszych usług.
   d. Opracowanie oferty dla potrzeb i oczekiwań klientów.
   e. Techniki radzenia sobie z klientami (odgrywanie scenek w grupach).
   f. Jak obsługa klienta może zwiększyć sprzedaż i wpłynąć na wizerunek firmy – dyskusja.
   g. Wykorzystanie zdobytych umiejętności w relacji gość – barman (scenki rodzajowe).
   h. Podsumowanie ćwiczeń – dyskusja.

Ćwiczenia III – Podstawy sztuki kelnerskiej

1. **Cel ćwiczenia:** praktyczna nauka przygotowania restauracji i baru do działalności i obsługi gości.
2. **Metoda:** praca w zespołach (brygadach kelnerskich) wyłonionych w trakcie kursu lub ćwiczenia indywidualne.
3. **Przebieg:**
   a. Omówienie ćwiczeń przez trenera.
   b. Losowanie tematów do realizacji (standardowe nakrycie stołu, nakrycie stołu - uroczysta kolacja, nakrycie stołu śniadaniowego, nakrycie stołu przy bufecie szwedzkim).
   c. Grupy realizują wylosowane zadania związane z przygotowaniem restauracji do pracy.
   d. Grupy prezentują swoje prace, omówienie popełnionych błędów na forum ogólnym.

e. Symulacja różnych rodzajów serwisu w zależności od przygotowanych tematów (serwis angielski, serwis francuski, serwis rosyjski, serwis niemiecki).
f. Ćwiczenia właściwych zachowań kelnerskich od momentu wejścia gości do restauracji poprzez obsługę właściwą, podanie rachunku i pożegnanie.
g. Praktyczna nauka formowania serwetek (różne wzory).
h. Praktyczna nauka zmiany obrusa przy gościu.
i. Nauka sprzątania porcelany bez użycia tacy, przy obsłudze gości indywidualnych, przy obsłudze bankietów (dwa sposoby).
j. Nauka noszenia dań bez użycia tacy (cztery talerze).
k. Nauka właściwej prezentacji win, otwieranie butelek, nalewanie.
l. Praca z tacą, podawanie do stołu, sprzątanie, przygotowanie tac koktajlowych, obsługa dużych imprez.
m. Trening właściwych zachowań kelnerskich w sytuacji pojawienia się skarg i reklamacji gości – ćwiczenia w grupach.
n. Podsumowanie – dyskusja.

Ćwiczenia IV – Współpraca interpersonalna

1. **Cel ćwiczenia:** uzmysłowienie uczestnikom jak ważna jest komunikacja podczas pracy w barze.
2. **Metoda:** ćwiczenia grupowe.
3. **Przebieg:**
   a. Omówienie ćwiczeń przez trenera.
   b. Przygotowanie scenki rodzajowej z użyciem zachowań niewerbalnych.
   c. Przygotowanie scenki rodzajowej z użyciem komunikacji werbalnej.
   d. Mocne i słabe strony pracy w barze – pojedynczo lub grupowo.
   e. Scenka rodzajowa obsługi klienta w barze.
      - Nawiązanie pierwszego kontaktu z gościem.
      - Komunikacja z gościem.
   f. Konflikt czy współzawodnictwo, wpływ na pracę barmana – dyskusja.
   g. Wykorzystanie technik komunikacji werbalnej – obsługa gości w barze.
   h. Podsumowanie zajęć praktycznych – dyskusja.

Ćwiczenia V – Mixologia

1. **Cel ćwiczenia:** praktyczna nauka sporządzania short i long drinków.
2. **Metoda:** indywidualne sporządzanie wylosowanych short drinków.
3. **Czas:** trzeci dzień kursu.
   a. Przygotowanie stanowiska do pracy.
   b. Przygotowanie odpowiednich ingrediencji, zgodnych z recepturą wylosowanego drinka.
   c. Przygotowanie dekoracji drinka.
   d. Zrobienie, podanie i próba smakowa, opinie uczestników.
4. **Czas:** czwarty dzień kursu.
5. **Metoda:** indywidualne sporządzanie wylosowanych long drinków.
   a. Przygotowanie stanowiska pracy.
   b. Przygotowanie odpowiednich ingrediencji, zgodnych z wylosowaną recepturą.
   c. Przygotowanie dekoracji drinka.
   d. Zrobienie, podanie i próba smakowa, opinie uczestników.
   e. Podsumowanie zajęć praktycznych, dyskusja.
   6. „Dobre Rady Dla Barmana" w kontekście przeprowadzonych ćwiczeń – dyskusja.

PREZENTACJE

KURS BARMAŃSKI

„Turystyka – wspólna sprawa”

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
PS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Zakres kursu barmańskiego

- Podstawy zarządzania barem
- Terminologia i funkcjonowanie sprzętu barowego
- Techniki i psychologia sprzedaży
- Podstawy sztuki kelnerskiej
- Współpraca interpersonalna
- Mixologia
- Obsługa komputerowych systemów barowych

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
PS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

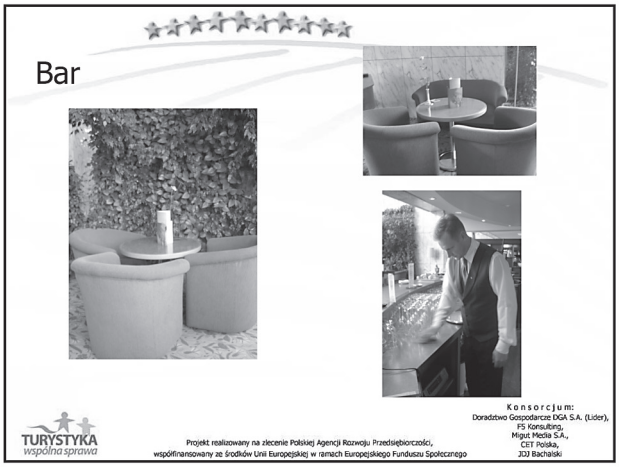
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Bar

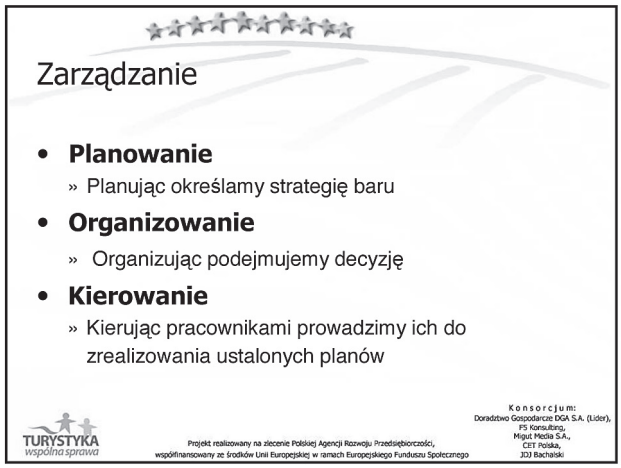
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
PS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

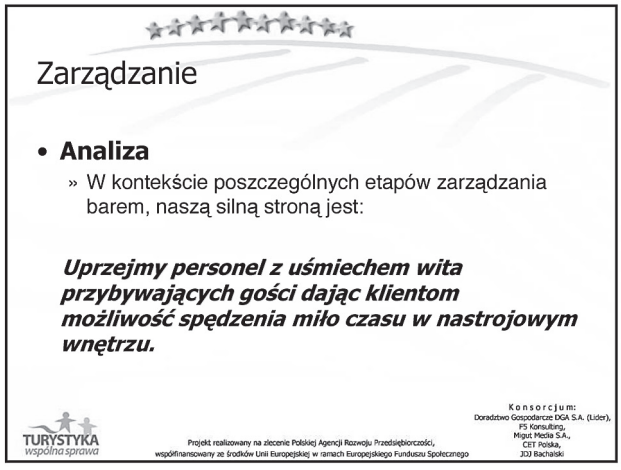
Podstawy zarządzania barem
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski


Bar
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Podstawy zarządzania barem
Organizacja i zarządzanie
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski


Zarządzanie
• Planowanie
» Planując określamy strategię baru
• Organizowanie
» Organizując podejmujemy decyzję
• Kierowanie
» Kierując pracownikami prowadzimy ich do zrealizowania ustalonych planów
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

Zarządzanie
• Kontrolowanie
» reklama
• Jak wiadomo, reklama wspomaga handel
» marketing
» dostawcy
» pracownicy
• Zarządzanie barem nie byłoby możliwe bez personelu /barmani, kelnerzy, kucharze/
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski


Zarządzanie
• Analiza
» W kontekście poszczególnych etapów zarządzania barem, naszą silną stroną jest:
Uprzejmy personel z uśmiechem wita przybywających gości dając klientom możliwość spędzenia miło czasu w nastrojowym wnętrzu.
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa

EFS

POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

Doskonalenie Kadr Gospodarki

Terminologia i funkcjonowanie sprzętu barowego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Terminologia funkcjonowania sprzętu barowego

Przybory barmańskie:

- Deseczka do krojenia
- Wyciskacze do cytryn
- Tarka
- Miseczki ze szkła lub stali nierdzewnej
- Korkociąg lub trybuszon otwieracze do butelek i puszek
- Noże barowe
- Nożyki barowe
- Łyżka barowa

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Terminologia funkcjonowania sprzętu barowego

Przybory barmańskie:

- Mieszadełko barowe
- Sitko barowe
- Szczypce ze stali nierdzewnej
- Tłuczek do lodu metalowy lub drewniany
- Szklanica barmańska

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Terminologia funkcjonowania sprzętu barowego

Przybory barmańskie:

- Shaker
- Miarki barowe
- Pojemniki do przechowywania kostek lodu
- Pojemniki do chłodzenia butelek
- Korki do korkowania butelek
- Szpadki koktajlowe plastikowe, drewniane lub ze stali nierdzewnej
- Słomki do napoi /rurki/

Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Szkło barowe. Podstawowe typy kieliszków i szklanek nieodzowne w każdym barze

- Karafki szklane
- Szklanki typu tumbler
- Małe szklanki typu tumbler
- Średnie szklanki typu tumbler
- Szklanice typu highball
- Old-fashioned
- Kieliszki do szampana
- Kieliszki do koniaku
- Kieliszki koktajlowe
- Kieliszki typu cobbler

Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

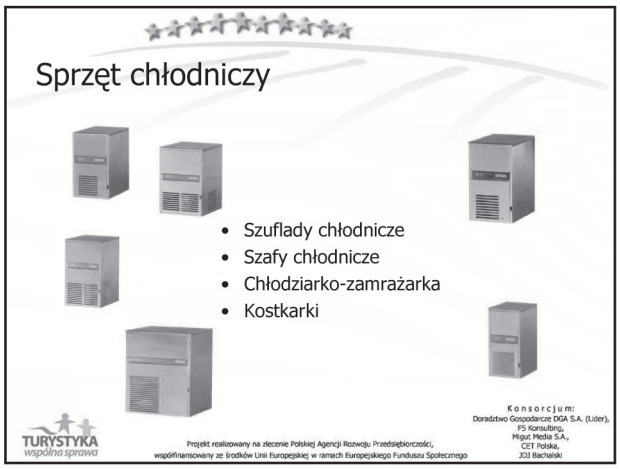
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

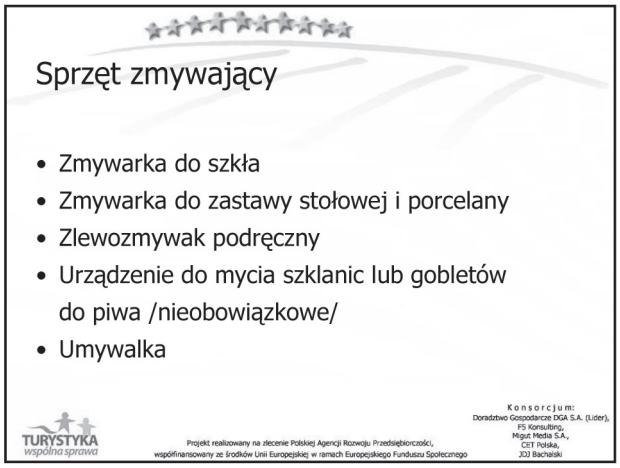
Szkło barowe. Podstawowe typy kieliszków i szklanek nieodzowne w każdym barze

- Szklanki do long drinków
- Małe kieliszki likierowe
- Szklanka typu bowl
- Szklanki ze szkła żaroodpornego
- Kieliszki do wina
- Kieliszki do wódki.
- Szklanka do piwa.
- Goblet lub kufel do piwa
-

Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Sprzęt chłodniczy
• Szuflady chłodnicze
• Szafy chłodnicze
• Chłodziarko-zamrażarka
• Kostkarki
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), PS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JOJ Bachalski


Sprzęt zmywający
• Zmywarka do szkła
• Zmywarka do zastawy stołowej i porcelany
• Zlewozmywak podręczny
• Urządzenie do mycia szklanic lub gobletów do piwa /nieobowiązkowe/
• Umywalka
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), PS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JOJ Bachalski

Sprzęt do parzenia kawy
• Ekspres ciśnieniowy do kawy, do przygotowywania naparów kawowych
• Młynek do mielenia kawy ziarnistej
• Miarki dozujące gramaturę surowca /kawa espresso, kawa podwójne espresso/
• Ubijak do kawy w naparzaczu
• Kubek ze stali nierdzewnej do spieniania mleka
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), PS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JOJ Bachalski

Pozostały sprzęt barowy

- **Wyciskarka** do owoców cytrusowych
- **Kruszarka** do lodu konsumpcyjnego, elektryczna
- **Blender elektryczny** do przygotowywania shake'ów
- **Przelewowy ekspres** do kawy

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obowiązkowe wyposażenie baru

- Plan miasta
- Prasa codzienna
- Informatory kulturalne i turystyczne
- Apteczka
- Zapałki
- Notatniki i ołówki dla klientów
- Receptury
- Cenniki
- Zegar wskazujący dokładny czas

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Sprzęt gastronomiczny barowy

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Sprzęt gastronomiczny barowy
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Sprzęt gastronomiczny barowy
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Zmywarki gastronomiczne z wyparzaniem
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Ekspresy do kawy ciśnieniowe
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Ekspresy do kawy
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Techniki i psychologia sprzedaży
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Techniki i psychologia sprzedaży

Rodzaje osobowości:

- Typ analityczny
- Typ sympatyczny
- Typ towarzyski
- Typ przywódczy

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
F5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Proces sprzedaży usług gastronomicznych polega na:

1. **Przygotowaniu** - poznaniu produktu, przedsiębiorstwa i klienta.
2. **Poszukiwaniu klientów**
3. **Prezentacji**
4. **Odpieraniu zarzutów**
5. **Zawarciu transakcji**
6. **Zamknięciu sprzedaży**

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
F5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Podstawy sztuki kelnerskiej

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
F5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Podstawy sztuki kelnerskiej

Rodzaje zakładów gastronomicznych

Zakłady gastronomiczne sieci otwartej:

- Zakłady gastronomiczne typu żywieniowego
- Restauracje
- Jadłodajnie
- Bary restauracyjne
- Samoobsługowe bary szybkiej obsługi
- Samoobsługowe bary przekąskowe
- Samoobsługowe bary uniwersalne
- Bary Bistro

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Podstawy sztuki kelnerskiej

Zakłady gastronomiczne typu uzupełniającego

- Kawiarnie
- Herbaciarnie
- Cukiernie
- Winiarnie
- Miodosytnie
- Piwiarnie
- Bary rozrywkowe
- Bary alkoholowe

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Podstawy sztuki kelnerskiej

Punkty gastronomiczne

- Smażalnie
- Grille
- Pijalnie
- Bufety
- Lodziarnie
- Pizzerie

Zakłady gastronomiczne sieci zamkniętej

- Stołówki i bufety

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

- Meble w sali konsumpcyjnej
- Stoły konsumenckie
- Stoły dostawcze
- Pomocniki kelnerskie
- Krzesła, fotele, sofy i inne siedziska
- Szafy i kredensy

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Bielizna stołowa i drobny sprzęt gastronomiczny:

- Podkłady na stół
- Obrusy
- Nakładki
- Serwety stołowe
- Bieżniki
- Serwetki talerzowe

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Porcelana stołowa:

- Porcelana stołowa podstawowa
- Porcelana stołowa specjalistyczna
- Zastawa stołowa metalowa (plater)

Sztućce stołowe:

- Łyżki i łyżeczki
- Noże
- Widelce i widelczyki
- Sztućce do serwisu
- Naczynia stołowe metalowe i platerowane

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Szkło stołowe:

- Kieliszek do szampana i win musujących
- Kieliszek do wina białego
- Kieliszek do wina czerwonego
- Kieliszek do wódki
- Kieliszek do koniaku
- Kieliszek do brandy
- Kieliszek do sherry
- Kieliszek do likieru

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wyposażenie sali konsumpcyjnej

Szkło stołowe:

- Goblet do wody
- Pokal
- Szklanka do whisky
- Szklaneczka
- Pokale i kufle do piwa
- Szklanka
- Karafki
- Dzbanki
- Dekanter

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Układ funkcjonalny zakładu gastronomicznego

- Pierwsze kroki - czystość i estetyka lokalu
- Przygotowanie sali konsumpcyjnej do działalności
- Podział na strefy – dla palących i niepalących
- Podział rewirów kelnerskich (kierownik/manager)
- Czystość i estetyka w ramach rewiru
- Prawidłowe nakrycie stołu
- Wyposażenie kelnera

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Technika obsługi konsumenta przy stole

- Ogólne funkcje obsługi kelnerskiej
- Proces obsługi kelnerskiej
- Zachowania kelnerskie
- Cechy dobrego kelnera
- Za co odpowiada kelner w czasie pełnienia obowiązków służbowych?
- Czego nie wolno kelnerowi?

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Rodzaje serwisów kelnerskich

- Serwis niemiecki
- Serwis angielski
- Serwis rosyjski
- Ogólne zasady serwisu
- Kolejność serwisu
- Czynności wykonywane z prawej strony gościa
- Czynności wykonywane z lewej strony gościa
- Kolejność podawania potraw
- Estetyka sprzątania ze stołu

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Dylematy- jakie sztućce i do czego

- Do ryb
  - Do deserów
    - Do innych trudnych dań
      - Podawanie rachunku

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Posiłki i potrawy – systematyka

- Śniadanie kontynentalne
- Śniadanie wiedeńskie
- Śniadanie angielskie
- Sala śniadaniowa
- Zasady ogólne
- Sposób nakrycia stołu śniadaniowego
- Praca kelnera w restauracji śniadaniowej

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Kelner w restauracji – potrawy

- Aperitif
  - » Przekąski
- Przekąski zimne
  - » Serwowanie kawioru
- Przekąski gorące
- Grzyby saute
- Grzyby duszone w śmietanie
- Szparagi
- Omlety
- Strogonow
- Przekąski flambirowane

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
PS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Kelner w restauracji – potrawy

- Zupy
  - » Zupy czyste
  - » Zupy kremy
  - » Zupy zaprawiane
- Sposoby podawania zup:
  - » Serwis zupy z kubka
  - » Serwis zup w bulionówkach lub flaczarkach
  - » Serwis zup z wazy
- Sorbet

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
PS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

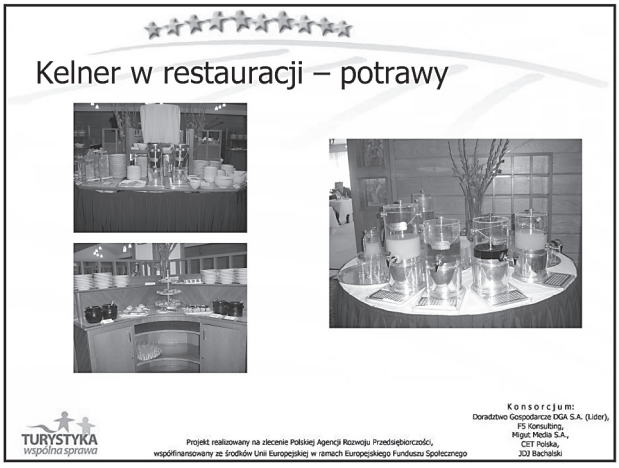
Kelner w restauracji – potrawy

- Typowe dania główne:
  - » Dania główne z ryb i skorupiaków
  - » Dania główne z drobiu
  - » Dania główne z mięsa
  - » Dania główne z dziczyzny
  - » Dania flambirowane

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
PS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Kelner w restauracji – potrawy
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Kelner w restauracji – potrawy
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Kelner w restauracji – potrawy
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

TURYSTYKA wspólna sprawa

EFS

POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

Doskonalenie Kadr Gospodarki

Kelner w restauracji – potrawy

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Kelner w restauracji – potrawy

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Kelner w restauracji – potrawy

- Desery
  - » Podawane w postaci mrożonej
  - » Podawane na zimno
  - » Podawane na ciepło
  - » Desery flambirowane
- Zakończenie posiłku
- Sposób podawania serów

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Problemy z gościem

- Strategia eliminacji problemów
- Zachowanie w trudnych sytuacjach
- Technika załatwiania skarg
- Zapobieganie skargom na zły serwis
- Zachowanie w wypadku reklamacji

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Współpraca interpersonalna

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Współpraca interpersonalna

- Dlaczego prawidłowa komunikacja jest ważna?
- Na czym polega komunikacja międzyludzka?
- Funkcje komunikacji interpersonalnej
- Komunikacja werbalna
- Komunikacja niewerbalna
- Komunikacja interpersonalna:
  - » Znajomość siebie
  - » Odwaga
  - » Aktywna współpraca
  - » Umiejętność przekonywania innych

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Współpraca interpersonalna

Współpraca w grupie:
- Grupa formalna

Etapy procesu grupowego:
- Docieranie
- Normowanie
- Działanie
- Zawieszenie
- Akceptacja
- Konflikt charakterologiczny

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- Fizjologia mieszania napojów
- Dobór różnorodnych ingrediencji
- Właściwości poszczególnych składników
- Nowość receptury

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Grupy napojów:
- I grupa
- II grupa
- III grupa
- IV grupa
- V grupa
- VI grupa
- VII grupa
- VIII grupa
- IX grupa
- X grupa
- XI grupa
- XII grupa

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Udane kompozycje smakowe z:
- Wódką czystą
- Ginem
- Whisky
- Brandy
- Rumem

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Aperitify:

- Pernod, Pastis i Ricard

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Aperitify bittersowe:

- Składniki bittersów intensywnie gorzkie
- Składniki bittersów mocno gorzkie
- Składniki gorzko-piekące
- Składniki łagodne gorzkie i silnie aromatyczne
- Składniki aromatyczno-korzenne
- Składniki o intensywnym smaku i zapachu lekko korzenne

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- Vermouthy
- Aperitify bezalkoholowe
- Aperitify naturalne
- Aperitify złożone
- Aperitify ze smakiem gorzkim typu bittersowego
- Aperitify ze smakiem anyżowym
- Short drinki aperitifowe
- Long drinki aperitifowe

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

NAPOJE ALKOHOLOWE

Piwo

- Otrzymywanie słodu z jęczmienia
- Zacieranie i warzenie brzeczki
- Fermentacja burzliwa i leżakowa
- Fermentacja dolna
- Fermentacja górna
- Filtracja i rozlewanie gotowego piwa do butelek

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Wino

- Wina gronowe:
  - » białe
  - » czerwone
  - » różowe
- Wina stołowe białe i czerwone
- Wina deserowe
- Wina ziołowe

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Wina gronowe musujące

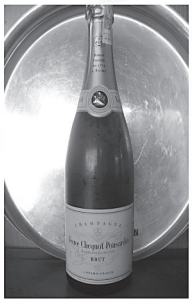
Cykl produkcyjny szampana:

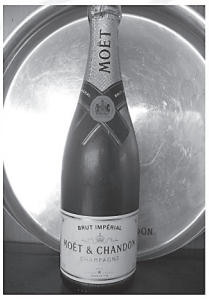
- » Cuveé (kjuwe),
- » Assemblage (asemblaż)
- » Coupage
- » I etap – still wine (wino ciche)
- » II etap – cuveé
- » III etap – rozlewanie
- » IV etap – przechowywane
- » V etap – (remuage – remiuaż)
- » VI etap – degorżowanie

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia





Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- Podział win gronowych według krajów pochodzenia:
  - » Od nazwy winogron
  - » Od nazw rejonów geograficznych, lub miejscowości
  - » Nazwy konwencjonalne
- Zapach wina to:
  - » A R O M A T
  - » B U K I E T
- Zasady picia wina

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Smak wina	J.Francuski	J.Angielski	J.Włoski	J.Niemiecki	J.Rosyjski
Zupełnie wytrawne	Brut	Brut	Brut	Naturherb	Бриют
Bardzo wytrawne	Tres Sec	Extra dry	Extra dry	Ganz Trocken	Оченьсухое
Wytrawne	Sec	Dry	Secco	Trocken	Сухое
Pół wytrawne	Demi sec	Sami dry	Semi Secco	Halbtrocken	Полсухое
Pół słodkie	Demi doux	Semi Sweet	Sami Dolce	Halbsüss	Полсладкое
Słodkie	Doux	Sweet	Dolce	Süss	Сладкое

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- Miody pitne:
  - » Dwójniak
  - » Trójniak
  - » Czwórniak
- Nienasycone
- Sycone lub warzone

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

TURYSTYKA wspólna sprawa

EFS

POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

Doskonalenie Kadr Gospodarki

Mixologia

- Wódki
  - » Wódki gatunkowe

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Whisky**
  - » **Whisky Szkocka**
  - » **Irlandzka Whiskey**
  - » **Malt Whisky**
  - » **Amerykańska Whiskey**
  - » Rye Whiskey
  - » Corn Whiskey
  - » Wheat Whiskey
  - » Straight
  - » Blended Straight Bourbon Whiskey
  - » American Blended Whiskey

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

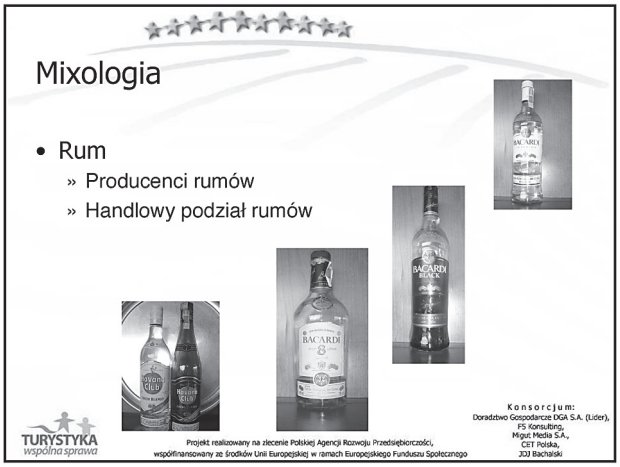
- Kanadyjska Whisky:

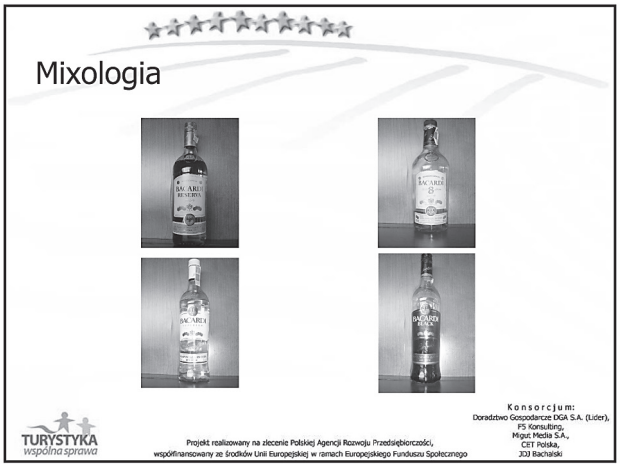
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

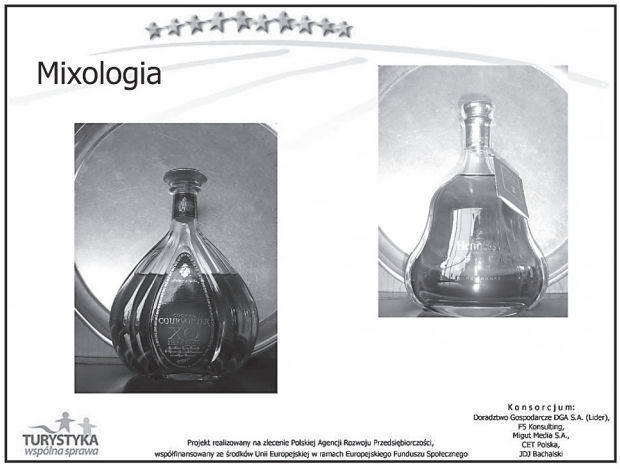
Mixologia
• Gin
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

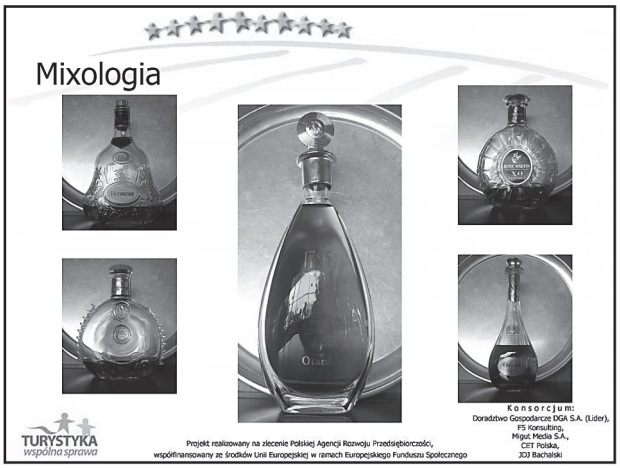

Mixologia
• Rum
» Producenci rumów
» Handlowy podział rumów
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

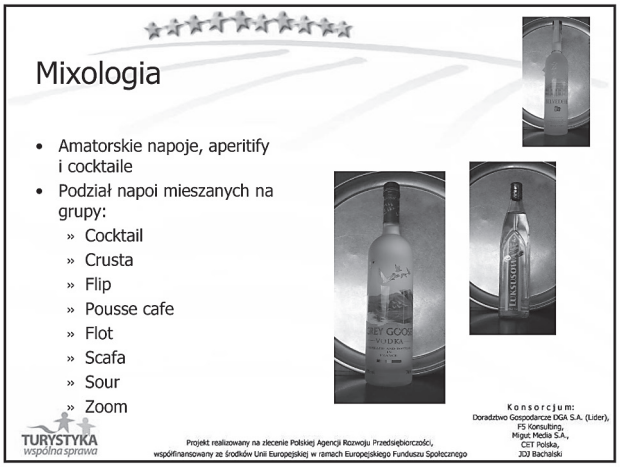

Mixologia
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

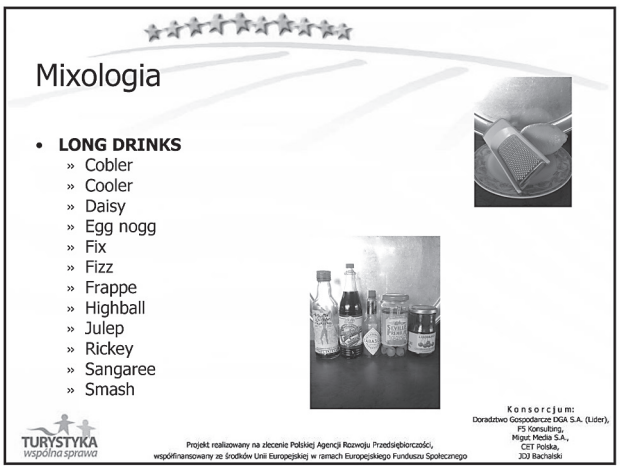
Mixologia
• Wina południowe
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia
• Cognac
» Dojrzewanie, starzenie, leżakowanie
• Dystynkcje Cognaców
• Koniaki luksusowe posiadają prestiżowe nazwy
• Oznaczenia Martela
• Technologia i produkcja armaniaku
• Produkcja winiaku
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Mixologia
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Mixologia
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Mixologia
• Amatorskie napoje, aperitify i cocktaile
• Podział napoi mieszanych na grupy:
» Cocktail
» Crusta
» Flip
» Pousse cafe
» Flot
» Scafa
» Sour
» Zoom
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Mixologia
• LONG DRINKS
» Cobler
» Cooler
» Daisy
» Egg nogg
» Fix
» Fizz
» Frappe
» Highball
» Julep
» Rickey
» Sangaree
» Smash
Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **PARTY DRINKS**
  - » Cup
  - » Bowl
  - » Punch
  - » Grog

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **FANCY DRINKS / VARIOUS/**
  - » Knickebein
  - » Picker upper

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **SOFT DRINKS**
  - » Ice crema soda
  - » Milk shake
  - » Milk soda
  - » Diet drinks

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **COFFEE DRINKS**
  - » Cafe' frapp'e
  - » Mazagran
  - » Cafe' norie
  - » Pick me up

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Techniki przygotowania
i serwowania napojów
mieszanych
- Shakerowanie
- Mieszanie
- Miksowanie
- Frappe
- On the rocks
- Rozwarstwienie
- Szprycowanie
- Techniki specjalne

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Systemy podawania receptur
- **Proporcjach**
  - » 1/3 białego Creme de Caco
  - » 1/3 zielonego Creme de Menthe
  - » 1/3 słodkiej śmietanki

  Shakerować, podać w kieliszku do białego wina.
- **Objętościowe określenie ilości**
  - » 20 ml białego Creme de Caco
  - » 20 ml zielonego Creme de Menthe
  - » 20 ml słodkiej śmietanki

  Shakerować, podać w kieliszku do białego wina.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Jednostki barowe przeliczane na mililitry:

• DROP	KROPLA	0,125 ml
• DASH	CHLUST	0,6-1 ml
• BARSPOON	ŁYŻECZKA BAROWA	3,5 ml
• PONY /OUNCE,OZ/	UNCJA	25 ml
• JIGGER		40 ml
• LARGE JIGGER		50 ml
• SOK ZE ŚREDNIEJ CYTRYNY		30 ml
• SOK ZE ŚREDNIEJ POMARAŃCZY		80 ml
• CAŁE JAJKO KURZE / ŚREDNIO/		45 ml
» Białko		25 ml
» Żółtko		20 ml

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Miary cząstkowe
PONY GLASS , LIQUER GLASS, COGNAC GLASS – oznacza porcję 1 oz – 25 ml
Gradacje tej miary są następujące:

» 1 oz	- 25 ml lub 1 kieliszek
» 2 oz	- 50 ml lub 2 kieliszki
» 1 ½ oz	- 40 ml lub 1 ½ kieliszka
» 3/4oz lub 4/5 oz.	- 20 ml lub 3/4 kieliszka
» 2/3 oz	- 17 ml lub 2/3 kieliszka
» 3/5 oz	- 15 ml lub 3/5 kieliszka
» 1/2 oz	- 13 ml lub 1/2 kieliszka
» 2/5 oz	- 10 ml lub 2/5 kieliszka
» 1/3 oz	- 8 ml lub 1/3 kieliszka
» 1/4 oz	- 6 ml lub 1/4 kieliszka
» 1/5 oz	- 5 ml lub 1/5 kieliszka
» 1/6 oz	- 4 ml lub 1/6 kieliszka

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

JIGGER GLASS LUB WHISKY GLASS
– oznacza porcję 1 J lub 1 1/2 oz=40 ml.
Gradacje tej miary są następujące:

» Large jigger - duży jigger	- 50 ml
» 1 jigger	- 40 ml
» 3/4 jigger	- 30 ml
» 2/3 jigger	- 26 ml
» 1/2 jigger	- 20 ml
» 1/3 jigger	- 13 ml
» 1/4 jigger	- 10 ml

MEASURE GLASS
– Równoznaczna z dessert, wine glass – porcja wina deserowego lub południowego; wyjściowa miara barowa do sporządzania cocktailu – oznacza porcję 2 oz=50 ml

WINE GLASS
– Oznacza kieliszek od standardowej porcji wina wytrawnego – porcja 4 oz= 100 ml lub 1 kieliszek.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Mieszane napoje alkoholowe „Amercian Drinks"

- **Short Drinks – napoje małe „krótkie"**
  - ***Adonis /cocktail „D.S"/***
    - 2/3 Dry Sherry
    - 1/3 Sweet Vermouth
    - 1 Chlust Orange Bitters
    - Wymieszać z lodem, przecedzić do kieliszka 100 ml (szkło koktajlowe).
  - ***Alexander /Cocktail "S"/***
    - Część Ginu
    - Część crème de Cacao /Cacao Choix/
    - Część Cream
    - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego. Posypać startą gałką muszkatołową.
  - ***Alexander's Sister /Cocktail "S"/***
    - ½ Dry Gin
    - ¼ Creme de Manthe /white/
    - ¼ Słodkiej śmietanki
    - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **American Beauty /Cocktail "D.S"/**
  - 15 ml Brandy,
  - 15 ml Dry Vermouth,
  - 15 ml Soku pomarańczowego,
  - 15 ml Grenadine Syrup,
  - 1 Łyżeczka Porto,
  - 1 Chlust White Cream de Menthe,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **B. and B. /Cocktail "S"/**
  - 20 ml Cognac lub Fine Brandy,
  - 20 ml Bénéditine (Bernardynka),
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **Bacardi Cocktail /"D.S"/**
  - 45 ml Bacardi Rum,
  - Sok z pół cytryny lub Limy
  - 2 Chlusty Grenadine Syrup (Currant Syrup),
  - ½ Łyżeczka cukru pudru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Beetwen-the-sheets /Cocktail "D.S"/**
  - 15 ml Light Rum,
  - 15 ml Cointreau or Curacao Triple Sec,
  - 15 ml Brandy,
  - Sok z ¼ cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 80 ml kieliszka koktajlowego.
- **Black Russian /Cocktail "S"/**
  - 60 ml Vodka,
  - 30 ml Kahlua (Coffee Liqueur),
  - Wszystkie ingrediencje nalać na lód do szklanki tumbler. Mocno zamieszać.
- **Blood and Sand /Cocktail "S"/**
  - 20 ml Scotch Whisky,
  - 20 ml Cherry Brandy,
  - 20 ml Sweet Vermouth,
  - 20 ml Sok pomarańczowy,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka 150 ml typu sour.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Brandy Crusta /"D"/**
  - 60 ml Brandy,
  - 1 łyżeczka Maraschino Liqueur,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka Angosture Bitters,
  - Mocno schłodzić 150 ml kieliszek do wina. Krawędź kieliszka zwilżyć kawałkiem cytryny i zanurzyć w cukrze pudrze. Dodać długi twist z cytryny lub pomarańczy. Wszystkie ingredience wymieszać w szklanicy z lodem i przecedzić do przygotowanego kieliszka.
- **Brandy Flip /"S"/**
  - 40 ml Brandy,
  - 1 Jajko,
  - 2 Łyżeczki Słodkiej śmietanki,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki 150 ml typu flip. Posypać startą gałką muszkatołową. Dodać dwie słomki.
- **Bronx Dry /Cocktail "D"/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 20 ml French Vermouth,
  - Sok z ¼ pomarańczy (20-25 ml),
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Champagne Cocktail /"D"/**
  - 120 ml Champagne (Dry),
  - 1 Kostka cukru,
  - 2 Chlust Bitters,
  - Włóż kostkę cukru do 180 ml kieliszka do szampana, skrop bittersem, dodaj spiralę ze skórki z ½ cytryny lub pomarańczy, uzupełnij mocno schłodzonym szampanem.
- **Clover Club /Cocktail "D"/**
  - 40 Dry Gin,
  - 2 Łyżeczki Grenadine Syrup lub Raspberry Syrup,
  - Sok z ½ cytryny,
  - Białko z 1 jaja,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
- **Coffe Cocktail No 2 /"S"/**
  - 1/3 Brandy,
  - 1/3 Cointreau,
  - 1/3 Cold Black Coffee,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Daiquiri /Cocktail "D"/**
  - 40 ml Light Rum,
  - Sok z ½ cytryny (10ml),
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.
- **Gibson /Cocktail "A"/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 20 ml Dry Vermouth,
  - Wymieszaj mocno z lodem, przecedź do kieliszka typu martini. Podawaj z 3 cebulkami koktajlowymi, możesz dodać na życzenie twist z cytryny.
- **Gimlet /Cocktail "D.S"/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 20 ml Rose's Lime Juice (Sweetened),
  - Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Możesz wyserwować na lodzie w szklance typu old-fashioned.
  - Na życzenie możesz dodać wodę gazowaną.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Grasshopper / Cocktail "S"/**
  - 1/3 Green Crème de Menthe,
  - 1/3 White Crème de Cacao,
  - 1/3 Słodka śmietanka,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.
- **Hurricane "Cocktail "D"/**
  - 20 ml Dry Gin,
  - 20 ml Whiskey,
  - 20 ml White Crème de Menthe,
  - Sok z ½ cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do schłodzonego podwójnego kieliszka koktajlowego lub kieliszka do szampana.
- **Jack Rose /Cocktail "D.S"/**
  - 40 ml Calvados lub Apple Brandy (Złota Jesień),
  - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup,
  - 1 Łyżeczka Rose's Sweetened Lime Juice lub sok z 1/2 lime lub sok z ½ cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

Mixologia

- **Manhattan /Cocktail "D"/**
  - 40 ml Whiskey(Burbon),
  - 20 ml Sweet Vermouth,
  - 1 Chlust Angosture Bitters,
  - Wymieszaj mocno z lodem, przecedź do schłodzonego kieliszka koktajlowego 120 ml, podawać z wiśnią koktajlową.
- **Martini /Dry/, /Cocktail "D"/**
  - 4 Części Dry Gin,
  - 1 Część Dry Vermouth,
  - Mocno wymieszać z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z oliwką i małym twistem z cytryny.
- **/a Martini /Medium/, /Cocktail "D.S"/**
  - 2 Części Dry Gin,
  - 1 Część Dry Vermouth,
  - Mocno wymieszać z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z oliwką i małym twistem z cytryny.

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

Mixologia

- **/b Martini /Sweet/, /Cocktail "S"/**
  - 2 Części Dry Gin,
  - 1 Część Sweet Vermouth,
  - 1 Chlust Orange Bitters,
  - Mocno wymieszać z tłuczonym lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z oliwką.
- **Old Fashioned /Cocktail "D"/**
  - 40 ml Whisky,
  - 2 Chlust Angosture Bitters,
  - 1 Mała kostka cukru,
  - 1 Łyżeczka wody,
  - 2 Chlust Curacao Orange,
  - 1 Chlust Club Soda,
  - W szklance typu old fashioned rozgnieć cukier, Bitters i wodę. Dodaj 1 kostkę lodu, ingrediencje i mały twist z cytryny. Mocno zamieszaj. Dekoruj plastrem pomarańczy z wiśnią. Podawaj z mieszadełkiem.

TURYSTYKA wspólna sprawa

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JDJ Bachalski

Mixologia

- **On The Rocks /Cocktail"D"/**
  - 40-60 ml Whiskey lub Liquor, jaki lubisz,
  - 2 lub 3 kostki lodu,
  - Twist z cytryny na życzenie,
  - Napełnij szklankę typu old fashioned lodem. Nalej alkohol na lód. Na życzenie możesz dodać twist z cytryny.
- **Orange Blossom /Cocktail "D.S"/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 40 ml Sok pomarańczowy,
  - 1/3 Łyżeczki cukru pudru,
  - Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Można podać z długim twistem z pomarańczy.
- **Perfect /Cocktail "D"/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - 40 ml Sweet Vermouth,
  - 40 ml Dry Vermouth,
  - 1 Chlust Bitters,
  - Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Pink Lady /Cocktail "S"/**
  - 30 ml Dry Gin,
  - 20 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
  - 1 Białko z jaja,
  - Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
- **Presidente /Cocktail "D.S"/**
  - 60 ml Gold Label Rum,
  - 40 ml Dry Vermouth,
  - 3 Chlusty Cointreau lub Curacao Triple Sec,
  - 1 Chlust Grenadine Syrup,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
  - Na życzenie można podać twist z pomarańczy.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Rob – Roy /Cocktail "D.S"**
  - 40 ml Whiskey,
  - 20 ml Sweet Vermouth,
  - 1 Chlust Orange Bitters,
  - Mocno wymieszać z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego. Podawać z twistem z cytryny.
- **Side Car /Cockatil "D.S"/**
  - 30 ml Brandy,
  - 20 ml Cointreau lub Curacao Triple Sec (Bols),
  - Sok z ½ cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.
- **Stinger /Cocktail "S"/**
  - 1/2 Brandy,
  - 1/2 White Crème de Menthe,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Vodka Special /Cocktail "D.S."/**
  - 8 Części wódki,
  - 2 Części soku z cytryny,
  - 1 Część Crème de Cacao lub Cacao Choix,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
- **Whiskey Sour /"D"/**
  - 40 ml Whiskey,
  - 20 ml Soku z cytryny,
  - ½ łyżeczki cukru lub więcej do smaku,
  - 1 Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 120 ml kieliszka typu sour. Dodać wodę sodową, zamieszać. Dekorować ½ plastra pomarańczy i wiśnią.
- **White lady / Cocktail"D.S."/**
  - 30 ml Ginu,
  - 30 ml Cointreau,
  - 30 ml Sok z cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
- **Silver** – dodajemy białko z 1 jaja,
- **Royal** – dodajemy 1 żółtko jaja.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Long Tall Drinks – napoje duże "długie"**
  - **Americano /Highball „D.S."/**
    - 80 ml Sweet Vermouth,
    - 40 ml Bitter Campari,
    - Woda sodowa,
    - Do szklanki 360 ml typu tumbler włożyć 2-3 kostki lodu i długi twist z cytryny. Dodać ingrediencje, dopełnić wodą sodowa.
  - **Bloody Mary /Miscellanea "A"/**
    - 40 ml Wódka lub Gin,
    - 80 ml Sok pomidorowy,
    - 20 ml Sok z cytryny,
    - 1 Chlust Worcestershire Sauce,
    - Mocno shakerować z lodem, szczypta pieprzu i soli, przecedzić do kieliszka 200 ml
  - **Bull Shot /Miscellanea "D"/**
    - 40 ml Wódka,
    - 90 ml Bulionu wołowego,
    - Sok z 1/2 cytryny,
    - Do szklanki typu tumbler dodaj 2-4 kostki lodu, dodaj Wódkę, zimny bulion i twist z cytryny. Mocno zamieszaj, podawaj ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Cuba Libre /Miscellanea "D.S."/**
  - 60 ml Rum,
  - Sok z ½ limy lub cytryny,
  - Coca Cola lub Pepsi Cola,
  - Do wysokiej szklanki typu collins 360 ml dodaj 2-3 kostki lodu, wyciśnięty sok z cytryny. Dodaj Rum i uzupełnij Coca Colą, zamieszaj.
- **Gin Fizz /"D"/**
  - 60 ml Dry Gin,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczkę cukru pudru,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 300 ml szklanki typu highball.
  - Dopełnić wodą sodową, zamieszać.
- **Gin and Tonic /"D"/**
  - 60 ml Dry Gin,
  - 240 ml Quinine Water (Tonic water),
  - Gin nalać na 2-3 kostki lodu do szklanki 360 ml typu collins. Dodać plasterek cytryny, uzupełnić tonikiem, zamieszać.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Miguc Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

TURYSTYKA wspólna sprawa
EFS
POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT
Doskonalenie Kadr Gospodarki

TURYSTYKA wspólna sprawa

EFS

POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

Doskonalenie Kadr Gospodarki

Mixologia

- **Golden Fizz /"D.S."/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - Żółtko z jaja,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 2 łyżeczki cukru,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 240 ml szklanki typu highball.
  - Dopełnić wodą sodową, zamieszać.
- **Mexican Sangree /"D"/**
  - 120 ml Czerwonego wina (dry),
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - 1 łyżeczka soku z cytryny,
  - 2 łyżeczki cukru pudru,
  - Woda sodowa,
  - Wymieszaj ingrediencje z kilkoma kostkami lodu w szklance 360 ml typu Collins. Uzupełnij wodą gazowaną, dodaj trochę zmielonej gałki muszkatołowej, podawaj ze słomką.
- **Planter's Punch /"D"/**
  - 25 ml Gold Label or Dark Rum (Jamaice Rum),
  - 20 ml Curacao Orange,
  - 1 Chlust soku Rose's Sweetened Lime Juice,
  - 60 ml Woda sodowa,
  - Dużą 360 ml szklankę typu Collins napełnij w 2/3 śniegiem lodowym. Dodaj wszystkie ingrediencje, zamieszaj. Uzupełnij wodą sodową. Udekoruj plastrem pomarańczy, cytryny, długim paluszkiem z ananasa, podawaj ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Screwdriver /Fancy Drink "A"/**
  - 60 ml Wódki,
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - Wódkę nalej na 2-3 kostki lodu do szklanki 240 ml typu highball . Uzupełnij sokiem, zamieszaj.
- **Silver Fizz /"D.S."/**
  - 40 ml Dry Gin,
  - Białko z 1 jaja,
  - Sok z 1/3 cytryny,
  - 2 łyżeczki cukru,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 240 ml szklanki typu highball.
  - Dopełnić wodą sodową, zamieszać.
- **Singapore Gin Sling /"D.S."/**
  - 60 ml Dry Gin,
  - 2 łyżeczki Cherry Liqueur,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup lub Cherry Syrup,
  - 1 Chlust Angosture Bitters lub Benedictine Soda Water,
  - Mocno shakerować, przecedzić do wysokiej szklanki typu highball. Dodać 3-5 kostek lodu. Woda na życzenie. Dodać długi twist z cytryny i wiśnię.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Sunrise /"D"/**
  - 40 ml Wódki Wyborowej,
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - Białko z 1 jaja,
  - 30 ml Śmietanki,
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 300 ml szklanki typu highball. W celu zmrożenia używaj śniegu lodowego i shakeruj bardzo mocno. Możesz użyć również blendera elektrycznego. Podawaj ze słomkami.
- **Tom Collins /"D"/**
  - 30 ml Dry Gin,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - Club Soda (Woda sodowa),
  - Mocno shakerować z kruszonym lodem, przecedzić do 300 ml szklanki typu highball. Dodaj 3-5 kostek lodu, uzupełnij wodą sodową. Dekoruj plastrem cytryny, pomarańczy i wiśnią. Podawaj ze słomkami.
- **Vermouth Cassis /Cocktail "D.S."/**
  - 80 ml Dry Vermouth,
  - 30 ml Crème de Cassis,
  - Woda sodowa,
  - Ingrediencje wlać na 2 kostki lodu do kieliszka wino lub szklanki 200 ml typu highball. Uzupełnić wodą, zamieszać.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Whiskey Highball /"A"/**
  - 40 ml Whiskey,
  - Woda sodowa, Ginger Ale, 7-up lub woda naturalna,
  - Whiskey wlać na 3-4 kostki lodu do szklanki 250 ml typu highball. Uzupełnić wodą lub 7-up albo, Ginger Ale. Dodać twist z cytryny, zamieszać. Nazwa long drinku zmienia się w zależności od użytego składnika głównego. Dla Ginu, Brandy i Rumu będzie to w zależności od składnika Highball.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Napoje Mieszane z zastosowaniem wódek krajowych - w podziale na: „short drinks" i „long drinks"**
  - **„Batory" Special /Cocktail „D.S."**
    - 40 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
    - 20 ml Cherry Cordial,
    - 20 ml Soku z cytryny,
    - 20 ml Grenadine Syrup,
    - 1 Chlust Angostura Bitters,
    - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego. Dekorować wiśnią.
  - **Black Russian /Cocktail "S"/**
    - 80 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
    - 20 ml Kahlva (Likier kawowy),
    - Ingrediencje wlać do szklanki typu old fashioned na kilka kostek lodu. Zamieszać, serwować ze słomką.
  - **Blue Monday /Cocktail "D.S."/**
    - 40 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
    - 20 ml Cointreau,
    - Mocno shakerować, przecedzić do 100 ml kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Bob-Sleigh /Cocktail "D.S."**
  - 2/3 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/3 Cointreau,
  - 5 Chlust Pernod,
  - Wymieszać wszystkie ingrediencje w szklance typu old fashioned na kruszonym lodzie. Serwować ze słomką.
- **Brandy Alexander /Cocktail "S"/**
  - 1/3 Brandy (Winiak),
  - 1/3 Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - 1/3 Słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego. Oprószyć cynamonem lub gałką muszkatołową, serwować ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Coffee Cocktail Nr 2 /"S"/**
  - 1/3 Brandy (Winiak),
  - 1/3 Conitreau,
  - 1/3 Zimnej czarnej kawy,
  - Mocno shakerować, przecedzić do 120 ml kieliszka koktajlowego.
- **Festrus /Cocktail "D.S."**
  - 1/3 Wódki Wyborowej,
  - 1/3 Grand Marinier,
  - 1/3 Camapri Bitter,
  - Wymieszać wszystkie ingrediencje z lodem, przecedzić do szklanki typu old fashioned z jedną kostką lodu. Dekorować długą spiralą z pomarańczy. Serwować ze słomką.
- **Joanna Flip /"S"/**
  - 40 ml Wódki,
  - 20 ml Advocat,
  - 20 ml Banana Liqueur,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typu flip. Serwować z krótką słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Ladylike /Cocktail "D.S."/**
  - 2/5 Wódki Wyborowej,
  - 2/5 Soku pomarańczowego,
  - 1/5 Cointreau,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego. Gałka muszkatołowa do oproszenia.
- **La Jolla /Cocktail "D.S."/**
  - 60 ml Brandy (Winiak),
  - 20 ml Crème de Banana,
  - 1 Łyżeczka soku pomarańczowego,
  - 2 Łyżeczki soku z cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego.
- **Le Cavalier /Cocktail "D"/**
  - 2/3 Wódki Wyborowej,
  - 1/3 Martini Dry,
  - 1 Chlust Camapri Bitters,
  - 2 Chlust Cointreau,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Merry Widow /Cocktail "S"/**
  - 1/2 Cherry Brandy,
  - 1/2 Maraschino Liqueur,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego. Serwować z wiśnią.
- **Monkey Gland /Cocktail "D.S."/**
  - 2/3 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/3 Soku pomarańczowego,
  - 3 Chlusty Benedictine,
  - 3 Chlusty Grenadine Syrup ,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego.
- **Nightmare /Cocktail "D.S."**
  - 1/3 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/3 Dubonnet,
  - 1/6 Cherry Brandy,
  - 1/6 Soku pomarańczowego,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Polonaise Cocktail /"D.S."/**
  - 2 Części Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1 Część Cherry Brandy,
  - 1 Chlust świeży sok z cytryny,
  - 1 Chlust syropu cukrowego,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml
- **Prairie Oyster /Picker – upper/**
  - 40 ml Brandy (Winiak),
  - 1 Żółtko z jaja,
  - 1 Łyżeczka Worcestershire Sauce,
  - Sól na życzenie,
  - Oddziel ostrożnie żółtko, włóż do kieliszka wino 150 ml Dodaj Worcestershire sauce i Brandy.
- **Purple Bunny /Cocktail "S"/**
  - 40 ml Cherry Brandy,
  - 1 Łyżeczka Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - 2 Łyżeczki słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Rose de Varsovie /Cocktail "D.S."/**
  - 3/6 Wódki Wyborowej,
  - 2/6 Cherry Cordial,
  - 1/6 Cointreau,
  - 1 Chlust Angosture Bitters,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml. Dekorować wiśnią.
- **Savoy Hotel /Cocktail "S"/**
  - 1/3 Brandy (Winiak),
  - 1/3 Benedictine (Bernardynka),
  - 1/3 Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - Bardzo ostrożnie nalewać po kolei ingrediencje do kieliszka typu likier - nie mieszać.
- **Top Banana /Cocktail "D.S"**
  - 1/2 Wódki Wyborowej,
  - 1/2 Crème de Banana,
  - Sok z ½ pomarańczy,
  - Wymieszaj wszystkie ingrediencje z lodem w szklance typu old fashioned. Podawać ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **V.C. /Victoria Cocktail "A"/**
  - 1/4 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/4 Cognac (Fine Brandy),
  - 1/4 Bourbon Whiskey,
  - 1/4 English Gin,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml
- **Vodka Alexander /Cocktail "S"/**
  - 1/3 Wódka Wyborowa,
  - 1/3 Creme de Cacao (Cacao Choix),
  - 1/3 Słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Oprószyć gałką muszkatołową.
- **Vodkatini Dry /Cocktail "D"/**
  - 2/3 Wódki Wyborowej,
  - 1/3 Martini Dry,
  - Wymieszać z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego. Dekorować oliwką i twistem z cytryny.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Vodka Gimlet /Rickey "D"/**
  - 60 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 20 ml Rose's Sweetened Lime Juice,
  - 1 Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typy sour. Dodać zimną wodę, zamieszać.
- **Vodka Sour /"D"/**
  - 40 ml Wódki Wyborowej,
  - 20 ml Soku z cytryny,
  - 1/2 łyżeczki cukru lub więcej (dla smaku),
  - 1 Chlust wody sodowej,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typy sour. Dodać zimną wodę, zamieszać. Dekorować ½ plastra pomarańczy, plasterkiem cytryny i wiśnią.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Vodka Special /Cocktail "D.S."/**
  - 8 Części Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 2 Części soku z cytryny,
  - 1 Część Creme de Cacko Choix,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml
- **Warsaw /Cocktail "D.S"/**
  - 5/10 Wódki Wyborowej,
  - 3/10 Martini Dry,
  - 2/10 Blackberry Liqueur,
  - 1 Chlust Grenadine,
  - 1 Chlust soku z cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Dekorować twistem z cytryny.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Long, Tall Drinks – napoje duże, "długie"**
  - **Red Eye/Miscellanea „D"/**
    - 1/2 Zimne piwo (Full Light),
    - 1/2 Zimny sok pomidorowy,
    - Bez lodu, w wysokiej szklance typu highball.
  - **Salty Dog /Fancy Drink – "A"/**
    - 60 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
    - 120 ml Soku grejpfrutowego,
    - 1 Szczypta soli,
    - Czystą wódkę nalać do szklanki 300 ml typu highball na 2-3 kostki lodu. Dopełnić sokiem grejpfrutowym, dodać sól, zamieszać.
  - **Special Cobbler /"S"/**
    - 30 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
    - 30 ml Curacao Orange,
    - Sok z ½ cytryny lub ¼ pomarańczy,
    - 1/2 Szklanki śniegu lodowego,
    - Ingrediencje nalać na lód, dekorować plastrem pomarańczy z wiśnią. Serwować ze słomką i mieszadełkiem.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Vodka and Cola /"D"/**
  - 60 ml Wódka,
  - 250 ml Coca Cola,
  - Wódkę nalać na 2-3 kostki lodu do 350 ml szklanki typu Collins. Dodać plaster cytryny, uzupełnić Coca Colą. Zamieszać, podawać ze słomką i mieszadełkiem.
- **Vodka Collins**
  - 40 ml Vodka (Wódka Wyborowa),
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 łyżeczka cukru,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować, przecedzić do szklanki 300 ml typu highball. Dodać 3-5 kostek lodu, uzupełnić wodą. Dekorować plastrem cytryny, pomarańczy i wiśnią, serwować ze słomką i mieszadełkiem.
- **Vodka Daisy /"D.S"/**
  - 60 ml Wódki,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1-3 Łyżeczki Grenadine,
  - 2 Chlust Cointreau,
  - Sok z ½ cytryny,
  - Mocno shakerować, przecedzić do szklanki typu highball. Dodać 3-5 kostek lodu, uzupełnić wodą. Dekorować plastrem cytryny i wiśnią, serwować ze słomką i mieszadełkiem.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Vodka Rickey /"D"/**
  - 40 ml Wódki,
  - Sok z 1/2 Lime, lub ½ cytryny,
  - Woda sodowa,
  - Sok nalać na 2-3 kostki lodu do 300 ml szklanki typu highball. Dodać wódkę i uzupełnić zimną wodą. Nazwy pochodzą od użytych alkoholi (Dla Brandy, Ginu, Rumu, Whiskey) - ..... Rickey.
- **Vodka Royal Rickey**
  - 2/3 Wódki,
  - 1/3 Martini Bianco,
  - Sok z 1/2 Lime, lub ½ cytryny,
  - Sok nalać na 3-5 kostek lodu do 250 ml szklanki typu highball. Dodać Wódkę i Martini, uzupełnić zimną wodą. Zamieszać, podawać ze słomką i mieszadełkiem.
- **Zodiac**
  - 1/2 Vodka (Wódka Wyborowa),
  - 1/2 Cointreau,
  - Sok z 1/2 pomarańczy,
  - 1 łyżeczka Grenadine,
  - Mocno shakerować, przecedzić do szklanki typu highball na 2 kostki lodu. Uzupełnić wodą, zamieszać, dekorować plastrem pomarańczy.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Wybrane napoje mieszane – różne, short i long drinks – w podziale na typy.**
- **Short Drinks:**
- Cocktail
  - **Buldog /Cocktail „D.S."/**
    - 40 ml Cherry Brandy,
    - 20 ml Light Rum,
    - Sok z ½ cytryny,
    - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Dekorować twistem z cytryny.
  - **Cardinal Cocktail /"A"/**
    - 1/3 Dry Gin,
    - 1/3 Bitter Campari,
    - 1/3 Dry Vermouth,
    - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Dekorować twistem z cytryny.
  - **Columbia /Cocktail "D.S."/**
    - 40 ml Light Rum,
    - 20 ml Raspberry Syrup,
    - 20 ml Soku z cytryny,
    - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Soul Kiss /Cocktail "D"/**
  - 20 ml Whiskey,
  - 20 ml Dry Vermouth,
  - 10 ml Dubonnet Red,
  - 10 ml Soku pomarańczowego,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Dekorować ½ plastra z pomarańczy.
- **Crusta**
- **Brandy Crusta /"D"/**
  - 60 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka Maraschino Liqueur,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Chlust Angosture Bitters,
  - Krawędź zmrożonego kieliszka do wina 150 ml, zwilżamy cząstką cytryny i wkładamy do cukru pudru. Krawędź dekorujemy długimi twistami z cytryny, pomarańczy, dodajemy wiśnię. Ingrediencje mocno mieszamy i przecedzamy do przygotowanego kieliszka. Podajemy.
- **Rum Crusta /"D"/**
  - 60 ml Rum,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka Maraschino Liqueur,
  - 1 Chlust Angostura Bitters,
  - Krawędź zmrożonego kieliszka do wina 150 ml, zwilżamy cząstką cytryny i wkładamy do cukru pudru. Krawędź dekorujemy długimi twistami z cytryny, pomarańczy, dodajemy wiśnię. Mocno shakerujemy z kruszonym lodem, przecedzamy do przygotowanego kieliszka. Podajemy.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Flip**
- **Butterfly Flip /"S"/**
  - 40 ml Cognac,
  - 40 ml Crème de Cacao (Cacao Choix),
  - 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
  - 1 Żółtko z jaja,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Dekorować gałką muszkatołową, podawać ze słomką.
- **Brandy Flip /"S"/**
  - 50 ml Brandy,
  - 1 Jajko,
  - 2 Łyżeczki słodkiej śmietanki,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typu flip 150 ml Dekorować szczyptą gałki muszkatołowej.
- **Frappe**
- **Crème de Menthe Frappe /"D.S."/**
  - 60 ml Creme de Manthe,
  - Napełnij kieliszek koktajlowy śniegiem lodowym, dodaj likier i krótką słomkę, podaj.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Knickebein**
- **Knickebein /"S"/**
  - 30 ml Benedictine,
  - 30 ml Kummel (Alasz),
  - 30 ml Yellow Chartreuse,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka Angostura Bitters,
  - Bitters wlej na dno małej szklanki typu highball, dodaj ostrożnie całe żółtko. Następnie nalej ingrediencje. Na wierzch dodaj ubite białko z jaja.
- **Golden Slipper /Knickebein "S"/**
  - 50 ml Goldewasser (Złota woda),
  - lub Apricot Flavored Brandy,
  - 30 ml Yellow Chartreuse,
  - 1 Żółtko z jaja,
  - Na dno kieliszka koktajlowego 120 ml nalej Yellow Chartreuse. Dodaj ostrożnie żółtko jaja. Uzupełnij pozostałym alkoholem.
- **Mozajki – after diner drinks**
- **Savoy Hotel /"S"/**
  - 1/3 Brandy,
  - 1/3 Benedictine,
  - 1/3 Crème de Cacao,
  - Ostrożnie nalewaj kolejno alkohole do kieliszka likierowego – nie mieszaj.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Witching Eve /"S"?**
  - 2/3 Crème de Cacao,
  - 1/3 Słodkiej śmietanki,
  - 1 Łyżeczka Angostura Bitters,
  - Ostrożnie nalewaj kolejno alkohole do kieliszka likierowego – nie mieszaj.
- **Picker – Upper**
- **Old Pepper /Picker – Upper/**
  - 40 ml Whisky,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka Worcester Sauce,
  - 1 Łyżeczka Chili Sauce lub 1 łyżeczka soku pomidorowego,
  - 2 lub 3 Łyżeczki Angostura Bitters,
  - 1 Łyżeczka Tabasco,
  - Mocno wymieszaj w kieliszku typu sour.
- **Scaffa**
- **Whiskey Scaffa /"S"/**
  - 30 ml Bourbon lub Rye Whiskey,
  - 30 ml Benedictine,
  - 1 Łyżeczka Angostura Bitters,
  - Nie schładzaj, zamieszaj w kieliszku koktajlowym i podaj.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Shake**
- **Rum Shake /"S"/**
  - 30 ml Rum,
  - 2 Łyżeczki syropu cukrowego,
  - 3 Łyżeczki soku z cytryny,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 100 ml Nazwa pochodzi od użytego głównego składnika (Brandy, Gin, Wódka, Whiskey, Apple Jack) - Shake.
- **Sour**
- **Whiskey Sour /"D"/**
  - 40 ml Whiskey,
  - 30 ml Soku z cytryny,
  - ½ Łyżeczki cukru,
  - 1 Club Soda,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka typu sour. Uzupełnić wodą, zamieszać. Dekorować ½ plastra pomarańczy i wiśnią.
- **Various Drink**
- **Nikolaschka /"D"/**
  - 40 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru lub kryształu,
  - 1 Plaster cytryny,
  - Schłodzoną Brandy nalać do kieliszka typu Cognac. Plaster cytryny położyć na kieliszku. Posypać cukrem plaster cytryny.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Rum & Cola /"D.S."/**
  - 50 ml Gold Label Rum,
  - Coca Cola,
  - Nalać Rum do Szklanki z lodem (300 ml) Highball. Uzupełnić Coca Colą. Zamieszać i podać. Na życzenie można podać z plastrem cytryny.
- **Zoom**
- **Brandy Zoom /"S"/**
  - 60 ml Brandy,
  - 10 ml Miodu,
  - 20 ml Słodkiej śmietanki,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do kieliszka koktajlowego 120 ml Nazwa pochodzi od użytego głównego składnika (Gin, Rum, Whiskey, Kirch, Wódka) – Zoom etc.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Long Drinks:**
  - » **Cobbler**
  - » **Cherry Cobbler /"S"/**
    - 30 ml Cherry Brandy,
    - 30 ml Soku pomarańczowego,
    - 1 Łyżeczka cukru,
    - 1/2 Szklanki tłuczonego lodu,
    - Dekorujemy wiśnią i ulubionymi owocami. Podajemy ze słomką i mieszadełkiem.
  - » **Hock Cobbler /"S"/**
    - 40 ml Hock,
    - 3 Chlusty Benedictine,
    - 3 Chlust Maraschino Liqueur,
    - 1 Łyżeczka cukru,
    - Napełnij ¾ szklanki typu tumbler tłuczonym lodem. Dodaj ingrediencje, dekoruj owocami, podawaj ze słomką i mieszadełkiem.
  - » **Special Cobbler /"S"/**
    - 30 ml Vodka,
    - 30 ml Curacao Orange,
    - Sok z ½ cytryny lub z ¼ pomarańczy,
    - ½ Szklanki kruszonego lodu,
    - Napełnij ¾ szklanki typu tumbler tłuczonym lodem. Dodaj ingrediencje.
    - Dekoruj plastrem pomarańczy z wiśnią. Podaj ze słomką i mieszadełkiem.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- » **Vermouth Cobbler /"S"/**
  - 40 ml Italian Vermouth,
  - 30 ml Wódka,
  - 1 Łyżeczka Curacao Orange,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - Napełnij ¾ szklanki typu tumbler tłuczonym lodem. Dodaj ingrediencje.
  - Dekoruj plastrem pomarańczy z wiśnią. Podaj ze słomką i mieszadełkiem.
- » **Collins**
- » **Wine Collins /"D.S."/**
  - 120 ml Wina stołowego,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Woda gazowana,
  - Napełnić szklankę typu Collins do połowy lodem. Nalać wino i sok z cytryny, uzupełnić wodą, zamieszać.
- » **Cooler**
- » **Manhattan Cooler /"D.S."/**
  - 80 ml Claret,
  - 2 Chlusty Rum,
  - Sok z 1/3 cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-5 Kostek lodu,
  - Do szklanki typu highball dodaj spiralę z ½ cytryny, dodaj lód, dodaj ingrediencje i uzupełnij wodą.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- » **Daisy**
- » **Gin Daisy /"D.S."/**
  - 60 ml Ginu,
  - Sok z 1/2 cytryny,
  - 1-3 Łyżeczki Grenadine,
  - 3 Chlusty Cointreau,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki typu goblet. Dodać wodę. Dekorować plastrem cytryny, wiśnią, maliną. Podawać ze słomką i mieszadełkiem.
- » **Egg – Nogg**
- » **Baltimore Egg – Nogg /"S"/**
  - 30 ml Brandy,
  - 30 ml Rum,
  - 30 ml Słodkiego wina (Muscat),
  - 1 Żółtko,
  - 50 ml Mleka,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 1 Szczypta gałki muszkatołowej,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki typu highball, posypać gałką muszkatołową, podać ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Chocolate Egg Nogg /"S'/**
  - 120 ml Mleka,
  - 2 Łyżeczki Rumu,
  - 2 Łyżeczki czekolady w proszku,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Wszystkie składniki zmiksować w blenderze, podawać ze słomkami.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Fancy Drink**
- **Brandy Blazer /"D.S."/**
  - 60 ml Brandy,
  - 1 Kostka cukru,
  - 1 Twist z cytryny,
  - 1 Twist z pomarańczy,
  - Cukier rozpuścić w Brandy w szklance typu old fashioned 100 ml Podawać z twistem z cytryny i pomarańczy. Podawać po posiłku.
- **Fizz**
- **Dubonnet Fizz /"D"/**
  - 60 ml Dubonnet Red,
  - 1 Łyżeczka Cherry Cordial,
  - Sok z ½ pomarańczy,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 250 ml szklanki highball. Uzupełnić wodą i podać.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Royal Fizz /"D"/**
  - 40 ml Gin,
  - 1 Jajko,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Mocno shakerować z tłuczonym lodem, przecedzić do 250 ml szklanki highball. Uzupełnić wodą i podać.
- **Rum Fizz /"D.S."/**
  - 40 ml Rumu,
  - 1 Łyżka syropu cukrowego,
  - 1 Jajko,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do 250 ml szklanki highball. Uzupełnić wodą, zamieszać i podać.
- **Fix**
- **Brandy Fix /"S"/**
  - 30 ml Brandy,
  - 30 ml Cherry Brandy,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Sok z 1/2 cytryny,
  - Szklankę 250 ml highball napełnij śniegiem lodowym. Dodaj ingrediencje, mieszaj powoli, dekoruj plasterkiem cytryny, podaj ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Highball**
- **Dubonnet Highball /"D"/**
  - 60 ml Dubonnet Red,
  - 1 łyżeczka soku z cytryny,
  - Woda gazowana,
  - Szklankę 250 ml highball napełnij kruszonym lodem. Dodaj ingrediencje, uzupełnij zimną wodą, zamieszaj, dekoruj twistem z cytryny, podaj ze słomką i mieszadełkiem.
- **Mexicola /"D.S."/**
  - 60 ml Tequila,
  - Sok z ½ cytryny lub lime,
  - Coca Cola,
  - Szklankę 360 ml typu Collins napełnij lodem, dodaj ingrediencje, zamieszaj. Podaj ze słomką.
- **Negroni /"A"/**
  - 20 ml Dry Gin,
  - 20 ml Bitter Campari,
  - 20 ml Red lub Sweet Vermouth,
  - 20 ml Woda sodowa,
  - Nalej wszystkie składniki do szklanki 150 ml typu old fashioned, zamieszaj.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Miscellanea**
- **Bonanza /"D"/**
  - 30 ml Brandy,
  - 50 ml Sherry,
  - 120 ml Wino Riesling,
  - Do szklanki 250 ml typu highball dodaj lód i pozostałe ingrediencje, zamieszaj.
- **Cascade /"D"/**
  - 30 ml Crème de Cassis,
  - 30 ml French Vermouth,
  - Woda gazowana,
  - Do szklanki 250 ml typu goblet, dodaj lód, dodaj ingrediencje, uzupełnij wodą, zamieszaj.
- **Dog Nose /"A"/**
  - 60 ml Gin,
  - 120 ml Porter,
  - Wymieszać w szklance 250 ml typu highball z kruszonym lodem.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Peter Abbot /"D"/**
  - 2/3 Zimnego soku pomarańczowego,
  - 1/3 Zimnego piwa (full light),
  - Bez lodu w wysokiej szklance typu highball.
- **Puff**
- **Whiskey Puff /"D.S."/**
  - 60 ml Whiskey,
  - 60 ml Mleka,
  - 40 ml Wody sodowej,
  - Do szklanki 250 ml typu highball dodaj lód. Dodaj ingrediencje i wodę, dobrze wymieszaj. Nazwa pochodzi w zależności od użytego alkoholu. Dla (brandy, gin, rum, wódka) używaj nazwy alkoholu Puff.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
P5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Rum Swizzle /"D"/**
  - 60 ml Gold Label Rum,
  - Sok z 1 lime lub cytryny,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - 2 Chlusty Angostura Bitters,
  - 60 ml Wody gazowanej,
  - Do szklanki 360 ml typu Collins nalej sok, wodę i cukier. Napełnij szklankę śniegiem lodowym, dobrze wymieszaj. Dodaj pozostałe ingrediencje, uzupełnij wodą, podaj z mieszadełkiem.
- **Whiskey Milk Punch /"D.S."/**
  - 60 ml Whiskey,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - 250 ml Mleka,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki 360 ml typu Collins. Oprószyć gałką muszkatołową.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Claret Sangaree /"D.S."/**
  - 120 ml Claret,
  - 2 Łyżeczki syropu cukrowego,
  - Do szklanki 300 ml typu highball dodaj syrop z lodem. Uzupełnij winem, oprósz gałką muszkatołową.
- **Mexican Sanagaree**
  - 120 ml Red Wine (Dry),
  - 120 ml Soku pomarańczowego
  - 1 łyżeczka soku z cytryny,
  - 2 Łyżeczki cukru,
  - Woda sodowa,
  - Do szklanki 360 ml typu Collins dodaj lód, ingrediencje, dobrze wymieszaj, oprósz gałką muszkatołową.
- **Sling**
- **Singapore Gin Sling /"D.S."/**
  - 60 ml Dry Gin,
  - 2 Łyżeczki Cherry Liqueur,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup lub Cherry Syrup,
  - 1 Chlust Angostura Bitters or Benedictine,
  - Woda sodowa,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki typu highball. Dodać twist z cytryny, 3-5 wiśni, uzupełnić wodą.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Squirt**
- **Whiskey Squirt /"S"/**
  - 60 ml Whiskey,
  - 1 Łyżeczka Curacao,
  - 1 Łyżeczka cukru pudru,
  - 1 Łyżeczka Raspberry lub Grenadine syrup,
  - Woda gazowana,
  - Mocno shakerować z lodem, przecedzić do szklanki 240 ml typu highball. Uzupełnić wodą, dekorować plastrem ananasa i truskawkami.
- **Toddy**
- **Applejack Toddy /"D.S."/**
  - 60 ml Apple Jack,
  - 1 Płaska łyżeczka cukru pudru,
  - 2 Łyżeczki wody,
  - ½ Kostki cukru,
  - Do szklanki 150 ml typu tumbler lub old fashioned dodaj wodę i cukier. Zamieszaj, dodaj lód, pozostałe ingrediencje, powtórnie wymieszaj podawaj z twistem z cytryny.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Napoje mieszane bezalkoholowe I z bardzo ograniczonym dodatkiem alkoholu – "Soft Drinks" – napoje lagodne, orzeźwiające.**
  - » **Alice Milk Shake**
    - 60 ml Soku ananasowego,
    - 50 ml Soku pomarańczowego,
    - 1 Łyżeczka Grenadine Syrup,
    - 20 ml Słodkiej śmietanki,
    - 3 Łyżeczki kruszonego lodu,
    - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
  - » **Baby Milk Shake**
    - 3/4 kieliszka wina soku ananasowego,
    - 3/4 kieliszka wina soku brzoskwiniowego,
    - 3/4 kieliszka wina słodkiej śmietanki,
    - 3 Łyżeczki kruszonego lodu.
    - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
  - » **Blackcurrant Lemonade**
    - 120 ml Soku z czarnej porzeczki,
    - 30 ml Sweet Vermouth,
    - 1 Łyżeczka cukru,
    - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
    - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- » **Blackcurrant Egg Nogg**
  - 120 ml Soku z czarnej porzeczki,
  - 1 Łyżeczka Rumu,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- » **Chocolate Milk Shake**
  - 150 ml Mleka,
  - 1 Łyżeczka Cacao,
  - 40 ml Soku pomarańczowego,
  - 2 Łyżeczki cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- » **Daisy Drink**
  - 2 Łyżeczki soku z cytryny,
  - 30 ml Raspberry Syrup,
  - 30 ml Brandy,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - Woda sodowa,
  - Do szklanki 200 ml typu highball, dodaj lód i pozostałe ingrediencje. Uzupełnij wodą, dekoruj wiśnią, podawaj ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- » **Floride Fruit Soda**
  - 60 ml Soku pomarańczowego,
  - 30 ml Soku z cytryny,
  - 30 ml Soku malinowego,
  - 30 ml Syropu porzeczkowego,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - 2 Chlusty Angostura Bitters,
  - Woda sodowa,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać z wodą i słomką.
- » **Lemon Egg Nogg**
  - 60 ml Mleka,
  - 1 Jajko,
  - 2 Łyżeczki soku z cytryny,
  - 2 Łyżeczki cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać z twistem z cytryny i słomką.
- » **Minth Milk Shake**
  - 180 ml Mleka,
  - 30 ml Crème de Menthe,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Negro Egg Nogg**
  - 180 ml Mleka,
  - 1 Łyżeczka Nescafe,
  - 1 Łyżeczka kakao w proszku,
  - 1 Żółtko,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 1 Łyżeczka kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką
- **Nescafe Milk Shake**
  - 120 ml Słodkiej śmietanki,
  - 1 Łyżeczka Nescafe,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Orange Milk Shake**
  - 150 ml Mleka,
  - Sok z 1 pomarańczy,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką i twistem z cytryny.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Orange Smile**
  - 120 ml Soku pomarańczowego,
  - 1 Jajko,
  - 1 Łyżeczka Raspberry Syrup,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Pussyfoot Egg Nogg**
  - 60 ml Soku pomarańczowego,
  - 30 ml Soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka Syropu malinowego,
  - 1 Łyżeczka słodkiej śmietanki,
  - 1 Białko jaja,
  - 1 Łyżeczka cukru,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Rum Lemonade**
  - 30 ml Rum,
  - 30 ml Soku z cytryny,
  - 30 ml Syropu malinowego,
  - 120 ml Wody naturalnej,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Rum Milk Shake**
  - 150 ml Mleka,
  - Białko jaja,
  - 2 łyżeczki cukru,
  - 60 ml Light Rum,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 30 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Straw-berry Milk Shake**
  - 120 ml Mleka,
  - 60 ml Syropu truskawkowego,
  - 20 ml Soku z cytryny,
  - 1 Łyżeczka Orange bitters,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.
- **Tea-Bag Punch**
  - 60 ml Mocnej herbaty,
  - 80 ml Soku pomarańczowego,
  - 40 ml Syropu malinowego,
  - 20 ml Soku z cytryny lub lime,
  - 20 ml Soku z ananasa,
  - Cukier do smaku,
  - Do szklanki 300 ml typu highball dodaj lód, wszystkie ingrediencje, uzupełnij wodą, zamieszaj, dodaj twist z pomarańczy.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

- **Vermouth Lemonade**
  - 60 ml Sweet Vermouth,
  - Sok z ½ cytryny,
  - 30 ml Syropu porzeczkowego,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Woda sodowa,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Uzupełnij wodą, podawaj ze słomką.
- **Vermouth Milk Shake**
  - 150 ml Mleka,
  - 60 ml Sweet Vermouth,
  - 1 Łyżeczka soku z cytryny,
  - 3-4 Łyżeczki kruszonego lodu,
  - Miksować przez 20 sekund w blenderze. Podawać ze słomką.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mixologia

Poradnik dla początkujących:

- Bądź zawsze czysty, dbały o swój wygląd zewnętrzny, pogodny i bądź zawsze dyplomatą.
- Pamiętaj, że twoje ręce są zawsze pod stałą obserwacją, zwracaj szczególną uwagę na swoje paznokcie.
- Picie lub palenie za barem jest niedozwolone, a w niektórych krajach jest wykroczeniem przeciw prawu.
- Lód jest niezbędny we wszystkich cocktailach, Sprawdź zawsze, czy masz go pod dostatkiem i czy jest czysty i klarowny.
- Wyposażenie i cały asortyment szkła utrzymuj wypolerowane i czyste. Pamiętaj, że w przypadku, kiedy jest to konieczne, szkło powinno być oziębione/schłodzone przed podaniem.
- Biorąc szkło do ręki, bierz je zawsze za nóżkę lub podstawę. Nigdy nie wkładaj palców do środka i nie chwytaj blisko krawędzi/obrzeża szkła.
- Pamiętaj, że wyszczerbione szkło pozbawi cię dochodu z co najmniej z czterech drinków.
- Otwieranie butelek z szampanem lub winem musującym – wystrzałem, jest w złym guście, niebezpieczne i niedobre dla wina.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

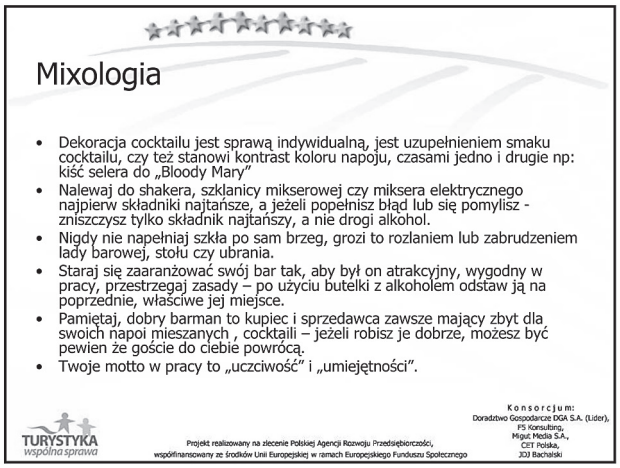
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

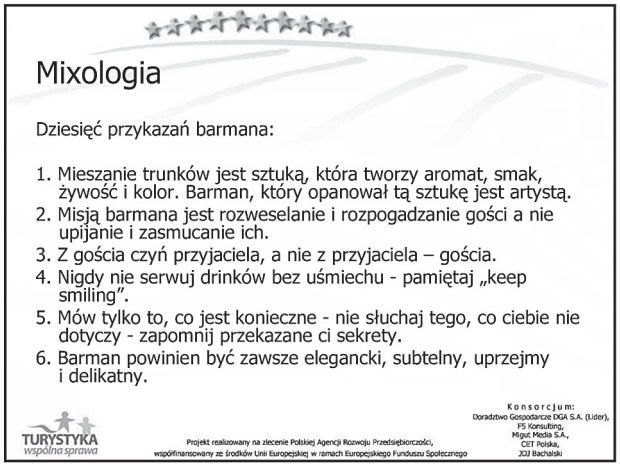
Mixologia

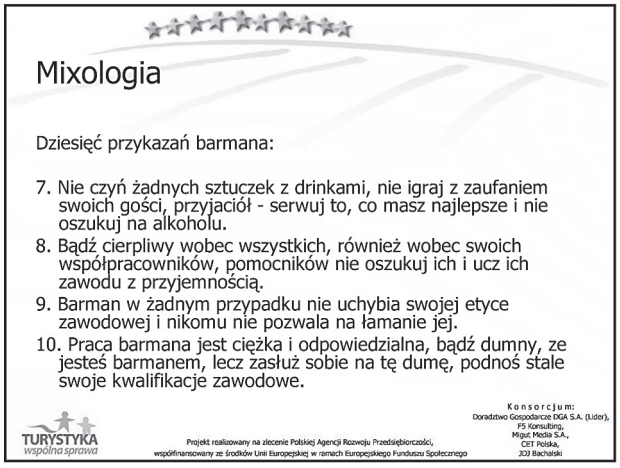
- Nadmierne musowanie szampana wcale nie świadczy o jego jakości.
- Serwując napoje, wina, do stołu podawaj je, jeżeli to tylko możliwe, z prawej strony każdego gościa.
- Zamierzając wycisnąć sok z owoców cytrusowych, rozgrzej je przedtem zanurzając w gorącej wodzie.
- Jajka rozbijaj zawsze nad osobnym naczyniem, celem sprawdzenia jego świeżości.
- Nie będziesz wysoko ceniony jako barman, jeżeli nie będziesz miał przy sobie przyborów takich jak: zapałki lub zapalniczka, uniwersalny klucz kelnerski, obcinacz do cygar, długopis lub pióro.
- Do produkcji cocktaili i napoi mieszanych używaj zawsze wysoko gatunkowych produktów.
- Nigdy nie wlewaj musującego składnika do shakera, szklanicy mikserowej, miksera elektrycznego.
- Cocktaile powinny być podane natychmiast po przyrządzeniu, w przeciwnym razie tracą na wartości.
- Cocktailu nie kołysz do snu - akcja ma być krótka i dynamiczna. Potrząsaj, nie kołysz.
- W barach o dużej frekwencji gości przyjęte jest używanie uprzednio przygotowanych składników, jak sok pomidorowy /przyprawiony/, uprzednio przygotowane soki z cytrusów, białka kurze itp.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Mixologia
• Dekoracja cocktailu jest sprawą indywidualną, jest uzupełnieniem smaku cocktailu, czy też stanowi kontrast koloru napoju, czasami jedno i drugie np: kiść selera do „Bloody Mary"
• Nalewaj do shakera, szklanicy mikserowej czy miksera elektrycznego najpierw składniki najtańsze, a jeżeli popełnisz błąd lub się pomylisz - zniszczysz tylko składnik najtańszy, a nie drogi alkohol.
• Nigdy nie napełniaj szkła po sam brzeg, grozi to rozlaniem lub zabrudzeniem lady barowej, stołu czy ubrania.
• Staraj się zaaranżować swój bar tak, aby był on atrakcyjny, wygodny w pracy, przestrzegaj zasady – po użyciu butelki z alkoholem odstaw ją na poprzednie, właściwe jej miejsce.
• Pamiętaj, dobry barman to kupiec i sprzedawca zawsze mający zbyt dla swoich napoi mieszanych , cocktaili – jeżeli robisz je dobrze, możesz być pewien że goście do ciebie powrócą.
• Twoje motto w pracy to „uczciwość" i „umiejętności".
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JOJ Bachalski


Mixologia
Dziesięć przykazań barmana:
1. Mieszanie trunków jest sztuką, która tworzy aromat, smak, żywość i kolor. Barman, który opanował tą sztukę jest artystą.
2. Misją barmana jest rozweselanie i rozpogadzanie gości a nie upijanie i zasmucanie ich.
3. Z gościa czyń przyjaciela, a nie z przyjaciela – gościa.
4. Nigdy nie serwuj drinków bez uśmiechu - pamiętaj „keep smiling".
5. Mów tylko to, co jest konieczne - nie słuchaj tego, co ciebie nie dotyczy - zapomnij przekazane ci sekrety.
6. Barman powinien być zawsze elegancki, subtelny, uprzejmy i delikatny.
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JOJ Bachalski


Mixologia
Dziesięć przykazań barmana:
7. Nie czyń żadnych sztuczek z drinkami, nie igraj z zaufaniem swoich gości, przyjaciół - serwuj to, co masz najlepsze i nie oszukuj na alkoholu.
8. Bądź cierpliwy wobec wszystkich, również wobec swoich współpracowników, pomocników nie oszukuj ich i ucz ich zawodu z przyjemnością.
9. Barman w żadnym przypadku nie uchybia swojej etyce zawodowej i nikomu nie pozwala na łamanie jej.
10. Praca barmana jest ciężka i odpowiedzialna, bądź dumny, ze jesteś barmanem, lecz zasłuż sobie na tę dumę, podnoś stale swoje kwalifikacje zawodowe.
TURYSTYKA wspólna sprawa
Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Konsorcjum: Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider), FS Konsulting, Migut Media S.A., CET Polska, JOJ Bachalski

Mixologia

Rady i uwagi dla barmana:

- Pamiętaj, że apetyty gości, a więc i twoje obroty, zależą od przestrzegania przez ciebie zasad czystości.
- Niczego niepotrzebnie nie dotykaj palcami.
- Jeżeli palisz i nie możesz pozbyć się nałogu, pal jak najmniej - z umiarkowaniem.
- Do dzisiaj palące kobiety nie są akceptowane przez wielu mężczyzn.
- Dobre wychowanie wymaga, aby w żadnym wypadku nie palić przy gościach.
- Z czasem alkohol staje się nam bardzo bliski i barman musi się bardzo pilnować, gdyż alkohol ten jest twoim fałszywym przyjacielem.
- Nie traktuj gościa tylko jako dobrze wypełniony portfel, ale także jako obywatela, który ma także pewne obowiązki moralne i materialne do spełnienia w stosunku do innych.
- Twój zawód przyniesie ci niejedną satysfakcję, ale najwspanialsza będzie ta, kiedy odłożywszy shaker na bok, będziesz mógł sobie powiedzieć „Byłem cały czas uczciwy i poprawny".

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

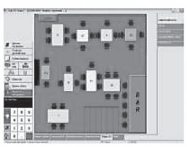
Obsługa komputerowych systemów barowych

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obsługa komputerowych systemów barowych i kas fiskalnych

- Kasa fiskalna
- PROGRAM GASTRONOMICZNY GASTRO
- Program GASTRO SZEF
- Program GASTRO POS
- System gastronomiczny GH-POS
- Wykaz podstawowych programów wchodzących w skład systemu:
- GH-POS /układ graficzny stolików na sali/



Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obsługa komputerowych systemów barowych i kas fiskalnych

Dostępne programy:
- ADMINISTRATOR
- GaH-Receptury
- KALIG - kalkulacja imprez
- **GH-POS**
- Nowoczesny program obsługi sprzedaży gastronomicznej obsługiwany za pomocą standardowego sprzętu komputerowego PC lub na dedykowanych terminalach POS z wykorzystaniem monitorów z ekranami dotykowymi. Dodatkowo wykorzystywane są urządzenia wspomagające sprzedaż takie jak:

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obsługa komputerowych systemów barowych i kas fiskalnych

- **Program GH-POS zapewnia:**
  - » Przykładowe ekrany
  - » Obsługa rachunku
- Obsługa z graficznego układu lokalu

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obsługa komputerowych systemów barowych i kas fiskalnych

- Obsługa rezerwacji

- Rachunki bieżące

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
FS Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JOJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obsługa komputerowych systemów barowych i kas fiskalnych

Moduł rezerwacji stolików

- Moduł pozwala na zarezerwowanie dowolnego stolika na dowolnie wybrany termin z dokładnością czasu rezerwacji do 1 minuty. Zakładając rezerwację można zapisać specjalne życzenia gości oraz podać czas potrzebny do realizacji zamówionych usług. Moduł rezerwacji stolików obsługiwany jest wielopoziomowo.
- Przyjmowanie rezerwacji wykonujemy w programie GH-POS i w programie Administrator.

Moduł zamówień

- Moduł analizy, statystyki i wykresy,
- Program Administrator.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
F5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obsługa komputerowych systemów barowych i kas fiskalnych

- Administrator Centralny
- MODEL KALIG - Kalkulacja imprez gastronomicznych
- ZASTOSOWANIE
- Zarządzanie sieciami gastronomicznymi
- Funkcje systemu centralnego zarządzania
- Wybrane cechy programu:
  - » Rejestracja dochodów w barze,
  - » Barman rozlicza się wg Arkusza Rozliczeniowego Barmana,
  - » Arkuszy Ubytków.

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
F5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Sprzęt pomocniczy

Konsorcjum:
Doradztwo Gospodarcze DGA S.A. (Lider),
F5 Konsulting,
Migut Media S.A.,
CET Polska,
JDJ Bachalski

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.