

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Du lịch Việt Nam nói chung và du lịch Hải Phòng nói riêng đang đứng tr-ớc cơ hội to lớn khi nhu cầu du lịch trên thế giới nói chung và khu vực nói riêng ngày một tăng. Các thị tr-ờng trọng điểm của du lịch Việt Nam và của Hải Phòng đều có sự gia tăng về khách. Khách của thị tr-ờng Pháp đến Việt Nam tăng 12,3%/năm; t-ờng tự từ thị tr-ờng Trung Quốc là 9,7%/năm, thị tr-ờng Nhật Bản là 10,2%/năm. [9.13]

Đối với thị tr-ờng khách du lịch nội địa, nhu cầu du lịch cũng làm tăng nhanh cùng với sự gia tăng về nhu cầu đi giải trí, hành h-ớng, lễ hội; tăng thời gian nghỉ cho ng-ời lao động; sự cải thiện về mức sống, sinh hoạt của ng-ời dân, đặc biệt ở các đô thị lớn nh- Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh. Thực tế cho thấy không chỉ trong mùa du lịch mà ngay trong những ngày nghỉ cuối tuần, l-ợng khách du lịch nội địa từ các tỉnh lân cận về Hải Phòng và các tỉnh trong các vùng lân cận trên cả n-ớc đều nối tour đi Đồ Sơn, Cát Bà và trung tâm thành phố rất lớn. Nếu Hải Phòng biết cách tổ chức tốt và xây dựng đ-ợc những sản phẩm du lịch phù hợp thì đó sẽ là cơ hội lớn để Hải Phòng trở thành điểm du lịch lí t-ờng của khách du lịch từ các tỉnh thành phố lân cận.

Có thể thấy du lịch Hải Phòng đang đứng tr-ớc cơ hội phát triển đứng từ góc độ cầu của thị tr-ờng ngày một tăng, đặc biệt những thị tr-ờng quốc tế trọng điểm của khu vực nh- Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc... và Hà Nội - thị tr-ờng phân phối khách lớn nhất của khu vực phía bắc.

Trong những năm gần đây vấn đề ẩm thực đã đ-ợc xã hội quan tâm rộng rãi hơn, cuộc sống của nền kinh tế thị tr-ờng đã mở ra nhiều h-ớng tiếp cận mới với văn hoá ăn uống đặc biệt là trong lĩnh vực kinh doanh nhà hàng, khách sạn của ngành du lịch.

Hải Phòng có tiềm năng lớn để phát triển du lịch tự nhiên và du lịch nhân văn. Nh-ng muốn phát triển đ-ợc điều này cần có sự phát triển song song của các yếu tố nh- cơ sở vật chất phục vụ du lịch, con ng-ời và các loại hình phục vụ nh- ăn, uống phục vụ quầy Bar là loại hình phục vụ có yếu tố quan trọng mà

chúng ta cần phải đ- ọc tìm hiểu, và khai thác một cách có hiệu quả. Tuy nhiên hiện nay việc khai thác những giá trị của loại hình phục vụ này ch- a đ- ọc chú trọng đó là một trong những điều tồn tại của những ng- ời làm kinh doanh dịch vụ phục vụ du lịch.

Khách du lịch đến với Hải Phòng, dù ít dù nhiều cũng đã đ- ọc biết với sản phẩm ẩm thực của ng- ời Hải Phòng, song phần lớn du khách mới chỉ biết đến những món ăn mang tính chất ẩm thực biển phong phú và đặc sắc mà ít ai biết đến và th- ờng thức các loại đồ uống mang đặc tr- ng riêng của nhà hàng, khách sạn với những ly Cocktail ngon bổ và đẹp mắt. Nhà hàng Focus là một nhà hàng đã ra đời từ lâu và có danh tiếng trên địa bàn Hải Phòng, cũng nh- trên địa bàn miền bắc n- ớc ta. Hiện nay nhà hàng Focus có một l- ượng khách đông th- ờng xuyên và ổn định, bản thân em đ- ọc làm việc pha chế tại quầy bar của nhà hàng. Với mong muốn đem đến cho ng- ời yêu thích công việc pha chế một cái nhìn toàn diện hơn về nghiệp vụ pha chế bồi d- ỡng thêm những kỹ năng trong công việc, đồng thời cũng hy vọng sẽ tự mình tạo ra những sản phẩm mới chất lượng để phục vụ khách du lịch. Người viết đã lựa chọn đề tài: “ *Tìm hiểu phong cách pha chế quầy Bar tại nhà hàng Focus - Hải Phòng* ” cho đề tài nghiên cứu khoa học đầu tay của mình.

2.Mục đích nghiên cứu vấn đề

Mục đích đầu tiên là góp phần tìm hiểu rõ hơn về phong cách phục vụ quầy Bar trong các nhà hàng, khách sạn, đặc biệt là nghiệp vụ pha chế đồ uống.

Tìm hiểu về nhà hàng Focus trên địa bàn Hải Phòng, qua đây nắm đ- ọc thực trạng về phong cách pha chế quầy Bar tại đây, từ những thực trạng đó ng- ời viết có thể đ- a ra những đánh giá về - u điểm và hạn chế của phong cách pha chế tại nhà hàng Focus, biết đ- ọc những điểm yếu điểm mạnh từ đó đề xuất những biện pháp nhằm hoàn thiện hơn phong cách cũng nh- nghiệp vụ pha chế quầy Bar của nhà hàng này.

3.Phạm vi và đối t- ượng nghiên cứu

Nghiên cứu phong cách pha chế quầy bar là một đề tài rất rộng. Nh- ng trong phạm vi nhỏ hẹp của một đề tài nghiên cứu khoa học thì ng- ời viết xin

dừng lại ở phạm vi nghiên cứu tại nhà hàng Focus - Hải Phòng với đối tượng là nghiệp vụ pha chế của nhà hàng và nghiên cứu các loại đồ uống thông dụng và mang tính đặc trưng ở đây

4.Phương pháp nghiên cứu

Đề tài được nghiên cứu bằng các phương pháp:

- Phương pháp điền dã.
- Phương pháp thu thập và xử lý thông tin.
- Phương pháp thực hành và làm sản phẩm.

5.Bố cục khóa luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục, đề tài nghiên cứu khoa học này được chia làm 3 chương như sau:

Chương 1: Khái quát về nghiệp vụ phục vụ quầy Bar

Chương 2: Tìm hiểu về các loại đồ uống và phong cách pha chế quầy Bar tại nhà hàng Focus - Hải Phòng

Chương 3: Một số đánh giá và giải pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ quầy Bar của nhà hàng Focus - Hải Phòng

CH- ÖNG 1

KHÁI QUÁT VỀ NGHIỆP VỤ PHA CHẾ QUẦY BAR

1.1.Khái niệm quầy Bar

Quầy bar là một bộ phận nằm trong khách sạn, nhà hàng, với chức năng là nơi xuất bán các loại đồ uống nhằm duy trì hoạt động kinh doanh của một khách sạn, nhà hàng. [5.6]

1.2.Lịch sử quầy bar

Từ “Bar” hiện nay là có nguồn gốc từ Bắc Mỹ và được nói đến từ hơn 300 năm tr-ớc. Đến thế kỷ 19 Bar ở Mỹ đã phát triển thành hình thức kinh doanh mới. Các quán Bar đ-ợc xem nh- là nơi gặp gỡ của những kiều dân đồng thời cũng là nơi kinh doanh hàng hoá và ăn uống. Thoạt đầu Bar là quầy hàng đ-ợc ngăn cách bởi những tấm gỗ giữa chủ quán và khách hàng, từ đó hình thành khái niệm quầy Bar.

Ở những thành phố lớn của Mỹ các quán Bar đã phát triển rất là mạnh mẽ và đã hình thành những cửa hàng ăn uống độc lập. B-ớc ngoặt của thế kỷ là sự hình thành những quán Bar đầu tiên ở những thành phố lớn ở Châu Âu. Những quán Bar này hầu hết đều đ-ợc trang trí theo nhiều phong cách khác nhau và phục vụ những đồ uống độc đáo, các quầy Bar này chủ yếu nằm trong những khách sạn sang trọng ở London, Paris và sau đó bị gián đoạn bởi Chiến tranh thế giới lần thứ 1.

Vào những năm 1920 - 1930 quầy Bar đã trở thành một bộ phận cố định trong khách sạn và lại tiếp tục bị gián đoạn bởi Chiến tranh thế giới lần thứ 2. Các quán Bar bắt đầu hồi sinh trở lại vào những năm 50 và phát triển rất mạnh vào những năm 70.

1.3.Tiêu chuẩn thiết kế quầy bar

Bar r-ợu là một bộ phận trong khách sạn, nhà hàng cho nên khung cảnh của Bar r-ợu dù thuộc loại nào thì cũng đòi hỏi về :

Nghệ thuật trang trí

Ấm cúng về không gian, có máy điều hoà nhiệt độ, không ồn ào

Sử dụng nhạc nhẹ, ánh sáng êm dịu

Bàn có chiều cao 1,10m, hình vuông mỗi cạnh 60cm hoặc hình tròn đường kính 60cm được phủ vật liệu khó dính bẩn và dễ lau chùi .

Ghế ngồi đặt trước quầy Bar là ghế cao, lưng dựa chỉ ngang tầm nửa lưng và có thể xoay tròn 360 độ .

Khi thiết kế một Bar rượu thì phải đặc biệt quan tâm đến những tiêu chuẩn về

Không gian khoảng cách lý tưởng từ phía sau quầy đến tủ trưng bày rượu là từ 1 - 1,5m.

Khu vực phục vụ tùy thuộc vào loại công việc mà khu vực này có thể bố trí cho phù hợp. đối với việc chuẩn bị đồ uống và cắt gọt trái cây thì phải có mặt bằng nơi quầy bằng phẳng.

Hệ thống thoát nước để rửa sạch thoát hết nước thải một quầy Bar phải có ít nhất 2 bồn rửa và được làm bằng thép không gỉ.

Hệ thống làm lạnh đối với Bar rượu thì hệ thống làm lạnh là không thể thiếu được để bảo quản các loại trái cây, nguyên vật liệu để chế biến, ướp lạnh một số loại thức uống...

Kho chứa kho phải đủ rộng và gần quầy Bar nhất, dùng để chứa đựng những vật công kênh cần cho công việc hàng ngày.

Hệ thống điện trong Bar rượu có nhiều thiết bị dùng điện như máy xay, máy làm đá, máy vắt cam, do đó hệ thống điện phải được thiết kế đảm bảo an toàn và tránh xa những nơi có nước.

Quầy bar có chiều cao từ 110cm đến 114cm chiều rộng của mặt quầy phía trên từ 0,4m đến 0,6m mặt quầy phía dưới từ 0,6 đến 0,8m chiều dài của quầy phụ thuộc vào số lượng nhân viên pha chế và thiết kế của nhà hàng

Phía trên quầy bar bố trí giá treo ly thìa, đĩa thớt làm bằng inox. Mặt quầy bar thớt làm bằng chất liệu dễ lau chùi để tiện cho việc làm vệ sinh và không bị hoen rỉ. Trên mặt quầy có thể đặt lọ hoa, danh mục đồ uống, gạt tàn, khăn lót ly cốc ...

Mặt quầy phía d-ới dùng để pha chế, chứa các dụng cụ chuyên dùng, tập hoá đơn thanh toán, các nguyên vật liệu trang trí (các loại hoa quả t-oi, anh đào, sơ ri, ô liu, chanh ...) khăn rửa dụng cụ.

Mặt phía trên của quầy nên bọc bằng chất liệu da hoặc nỉ có nịt đ-ờng chân phía tr-ớc của quầy có bố trí ghế ngồi của khách th-ờng đ-ợc làm bằng kim loại có đệm, có tay vịn có thể quay vào cao 0,8 m.

Quầy sau l-ng là nơi để bày r-ợu và các nguyên liệu dụng cụ phục vụ cho việc pha chế. Khoảng cách giữa quầy bar và quầy r-ợu từ 1 đến 1,25m và đ-ợc trang trí bày đặt một cách hấp dẫn.

Sàn của phòng bar đ-ợc làm bằng vật liệu dễ lau chùi, dễ làm khô và có tác dụng chống tr-ợt

1.4. Phân loại quầy bar

Dance Bar (Bar khiêu vũ) là loại quầy Bar hơn hẳn các kiểu Bar ca nhạc và chủ yếu là để phục vụ cho giới trẻ yêu thích âm nhạc. Âm nhạc trong các Bar này có thể là ban nhạc hay nhạc phát ra từ đĩa. Quầy Bar th-ờng đ-ợc đặt ở vị trí trong cùng.

Espresso Bar (Bar cà phê) là loại quầy Bar th-ờng đ-ợc mở cửa phục vụ cả ngày và chủ yếu phục vụ cho những khách vội vàng. Trang trí rất đơn giản, thức uống bán chủ yếu là Cà phê các loại thức uống khai vị, tiêu vị.

Hotel Bar (Bar khách sạn) là loại quầy Bar thực hiện các chức năng của American Bar, Dance Bar, Espresso Bar trong khách sạn. Chủ yếu là để phục vụ khách l- u trú trong khách sạn, phục vụ uống tr-ớc và sau bữa ăn và cũng là nơi để khách trò chuyện, th- giãn, giải trí hàng đêm.

Restaurant Bar (Bar nhà hàng) là sự kết hợp giữa nhà hàng và quầy Bar, khách đ-ợc phục vụ tất cả các loại thức uống ở đây và cũng có thể đ-ợc phục vụ ăn tại quầy.

Milk Bar (Bar sữa) phục vụ chủ yếu các loại thức uống ít cồn hoặc không có cồn, chủ yếu phục vụ cho tài xế, những ng-ời ch- a tới tuổi vị thành niên và th-ờng đ-ợc bán kết hợp với một quầy kem.

Night Club (Hộp đêm) chủ yếu nằm ở khu trung tâm thành phố, chỉ mở cửa vào ban đêm. Thường phục vụ cho giới trung niên. Thức uống đặc phục vụ ở đây là những loại có chất lượng cao, giá cả khá đắt và thường xuyên kết hợp tổ chức các buổi trình diễn như ca nhạc, thời trang, tấu hài...

Tropical Bar (Bar nhiệt đới) là loại quầy Bar độc lập. Cách trang trí và thức uống đặc phục vụ thường mang tính đặc trưng của một quốc gia, một vùng ... Điển hình như các loại Bar mang phong cách Cuba, Mexico, Caribê, hay Châu Á... Đặc biệt là các quán Bar mang phong cách Mexico và Châu Á chỉ trong một thời gian ngắn đã phát triển rất nhanh. Các loại thức uống đặc phục vụ đều rất phổ biến và chủ yếu dựa trên nền rượu Rum, Tequila, Cachaca.

1.5.Nghiệp vụ pha chế quầy Bar tại nhà hàng

1.5.1. Tổ chức lao động ở bộ phận bar trong Nhà hàng

Việc bố trí lao động của bộ phận bar thay đổi tùy theo quy mô, cách quản lý, loại hình phục vụ của nhà hàng.

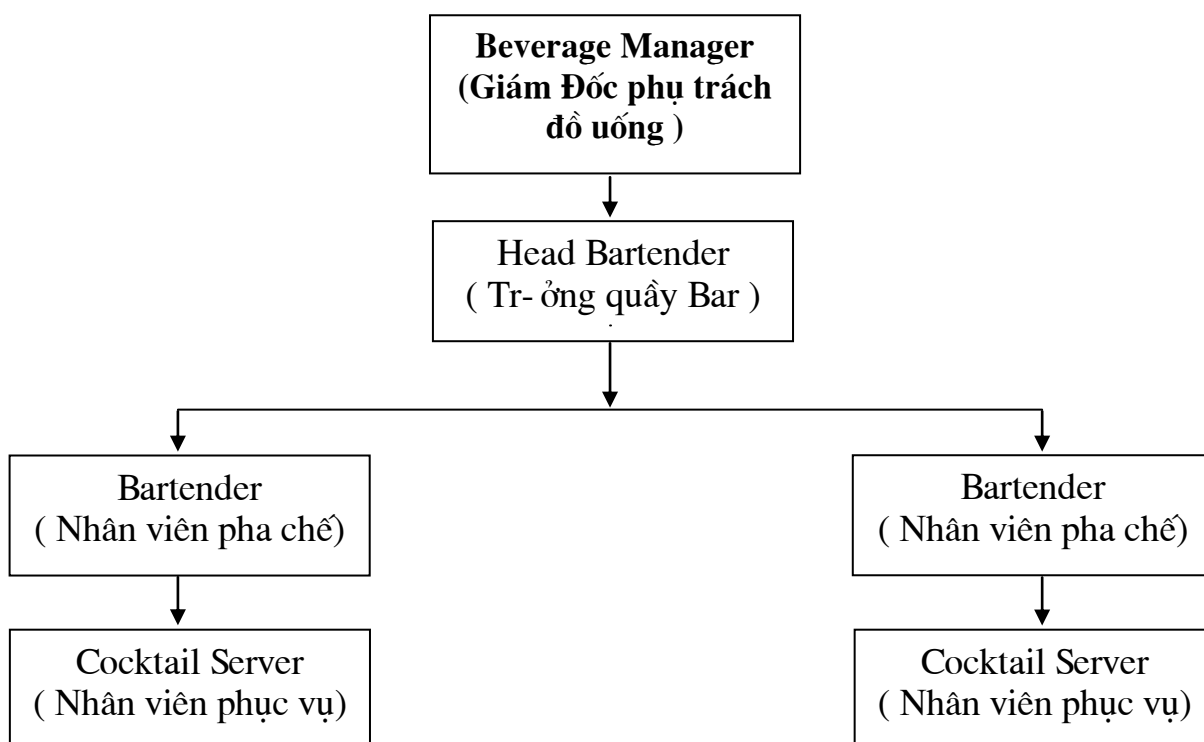
Hoạt động phục vụ khách ở bộ phận bar của nhà hàng Focus thường kéo dài từ 6.00 giờ đến 22.00 giờ. Thời gian làm việc ở bộ phận bar thường chia làm 2 ca. Ca 1 từ 6.00 giờ đến 14.00 giờ, ca 2 từ 14.00 giờ đến 22.00 giờ.

1.5.1.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức lao động

Với nhà hàng có quy mô nhỏ, bộ phận pha chế là một bộ phận, gồm trưởng quầy bar, trưởng ca, và các nhân viên pha chế và nhân viên phục vụ

Với khách sạn có quy mô lớn, bộ phận pha chế do một giám đốc điều hành, trong đó có giám đốc phụ trách đồ uống, quầy bar. Các nhà hàng, quầy bar và bộ phận tiệc hoạt động độc lập nhưng có quan hệ mật thiết với nhau.

Sơ đồ tổ chức lao động ở bộ phận quầy bar



(Nguồn 7.15)

a) Giám đốc phụ trách đồ uống

Giám đốc phụ trách đồ uống phụ trách kinh doanh và quản lý phòng phục vụ đồ uống, đảm bảo chất lượng phục vụ tốt, hoàn thành chỉ tiêu kinh doanh do giám đốc bộ phận ăn uống giao.

*Chức năng và nhiệm vụ của Giám đốc phụ trách đồ uống.

- Sắp xếp ca kíp, ngày công, điều phối nhân viên trong phòng, đảm bảo nhân sự trong thời gian kinh doanh.

- Tổ chức phục vụ các loại thức uống và r-ợu Cocktail theo đúng yêu cầu về chất lượng và đúng trình tự phục vụ, pha chế các loại r-ợu Cocktail mới theo yêu cầu của khách.

- Nắm chắc nghiệp vụ và các buổi làm việc lớn hàng ngày để chuẩn bị đầy đủ các loại r-ợu.

- Thường xuyên quan hệ với bộ phận cung ứng, kịp thời lập kế hoạch mua hàng, khống chế lượng dự trữ r-ợu.

- Phụ trách công việc ghi sổ xuất, nhập r-ợu, kiểm kê định kỳ, đảm bảo sổ sách và thực tế khác nhau.

Nghiên cứu khoa học

- Giữ gìn quầy r- ợu và thiết bị gọn gàng, sạch sẽ, kịp thời sửa chữa những chỗ h- hỏng và xin thay mới, mua sắm thêm thiết bị.

- Thực hiện quản lý tại chỗ, kiểm tra tình hình công việc tại các quầy r- ợu, kiểm tra tình hình r- ợu, phục vụ và tình hình chấp hành qui chế, điều lệ của nhân viên, kịp thời giải quyết khiếu nại của khách.

- Nắm chắc công tác bồi d- ỡng, đào tạo nhân viên, không ngừng nâng cao trình độ nghiệp vụ của nhân viên phục vụ của nhân viên pha chế r- ợu.

- Phụ trách công tác th- ờng phạt đối với nhân viên d- ới quyền, tham gia các hội nghị bộ phận phục vụ ăn uống, thực hiện việc nghi chép nhật ký công tác.

- Quan tâm thao dõi tình hình t- t- ờng và công việc của nhân viên d- ới quyền, tăng c- ờng quan hệ hợp tác giữa các nhân viên với nhau.

- Hoàn thành các công việc khác do cấp trên giao phó.

b) Tr- ởng quầy Bar

Tr- ởng quầy Bar phối hợp với tr- ởng phòng làm tốt công tác kinh doanh, quản lý, đảm bảo phục vụ với chất l- ượng tốt.

***Chức năng và nghiệp vụ của tr- ởng quầy Bar**

- Đôn đốc, chỉ đạo nhân viên trong nhóm làm tốt công tác dịch vụ của quầy r- ợu theo đúng yêu cầu, làm vệ sinh quầy r- ợu và đẩy mạnh công tác kinh doanh.

- Bố trí ca kíp và điều động nhân viên trong nhóm, kiểm tra dáng mạo, trang phục của nhân viên, tiến hành sát hạch nhân viên để đ- a ra đề nghị th- ờng phạt.

- Tìm hiểu yêu cầu của khách, xây dựng quan hệ tốt với khách, kịp thời giải quyết khiếu nại của khách.

- Nắm chắc tình hình r- ợu tồn kho, tình hình h- hao và bổ sung dụng cụ, tình hình các buổi tiệc lớn trong ngày, phụ trách công tác lĩnh, phát vật liệu, tiến hành kiểm kê hàng ngày, hàng tháng

- Tổ chức thực hiện công tác bồi d- ỡng, đào tạo nhân viên trong nhóm để nâng cao trình độ nghiệp vụ.

- Định kỳ bảo d- ỡng và kịp thời sửa chữa thiết bị

- Kiểm tra tình hình chấp hành qui chế, điều lệ của nhân viên trong nhóm, chăm lo công tác t- t- ởng đối với nhân viên, hoàn thành các công việc khác do cấp trên giao.

c) Nhân viên pha chế

Nhân viên pha chế có công việc pha chế và đẩy mạnh việc kinh doanh

*Chức năng và nhiệm vụ của nhân viên pha chế

- Hàng ngày lấy r- ợu từ kho ra và chuẩn bị sẵn, tr- ớc giờ mở cửa quầy và bảo d- ỡng thiết bị, chuẩn bị sẵn đá và đồ dùng pha chế r- ợu.

- Chuẩn bị các món ăn nhẹ, kiểm tra chất l- ợng các món ăn và các loại thức uống trong chai đã mở nắp.

- Pha chế và cung cấp các loại r- ợu Cocktail và các loại r- ợu khác theo chuẩn mực, khống chế giá thành r- ợu tránh mất mát, lãng phí, hao hụt.

- Làm tốt công tác kiểm kê hàng tháng và lập báo biểu tiêu thụ hàng tháng, giữ mối quan hệ hợp tác tốt với nhân viên phục vụ, làm tốt công tác tiêu thụ r- ợu.

- Tích cực tham gia các lớp bồi d- ỡng, đào tạo, không ngừng nâng cao trình độ nghiệp vụ. Tự giác tuân thủ qui chế, điều lệ của khách sạn, hoàn thành các công việc khác do cấp trên giao phó.

d) Nhân viên phục vụ

Nhân viên phục vụ cung cấp các loại thức uống cho khách với chất l- ợng tốt.

*Chức năng và nhiệm vụ của nhân viên phục vụ

- Tr- ớc giờ mở cửa quầy Bar phải làm tốt công tác chuẩn bị, công tác bài trí và sau khi đóng cửa quầy Bar phải làm tốt công tác thu dọn .

- Giữ gìn vệ sinh trong và ngoài quầy Bar, trang phục chỉnh tề, gọn gàng, sạch sẽ, cử chỉ đoan trang, lịch sự.

- Phục vụ khách chu đáo, chủ động giới thiệu và tiêu thụ các loại r- ợu, các món ăn nhẹ.

- Bảo quản trang thiết bị, tài sản của khách sạn, giảm lãng phí r- ợu, giảm mức h- hỏng dụng cụ.

- tích cực tham gia các lớp bồi d- ỡng, đào tạo, thành các ph- ơng pháp pha chế các loại r- ợu Cocktail.

- Tuân thủ các qui chế, điều lệ của khách sạn, đoàn kết hợp tác với mọi người.

- Hoàn thành các công việc khác do cấp trên giao phó.

1.5.1.2. Những tiêu chuẩn tuyển chọn nhân viên quầy bar

Nhân viên quầy Bar cần đạt được những tiêu chuẩn cơ bản như sau;

Về văn hoá tốt nghiệp THPT và cần phải biết một ngoại ngữ thông dụng ở mức giao dịch nghề nghiệp.

Về sức khoẻ và vệ sinh cá nhân, nhân viên phục vụ quầy Bar là người hàng ngày tiếp xúc với thức ăn và đồ uống nên vấn đề sức khoẻ và vệ sinh là rất quan trọng và cần thiết, mặc dù ở nơi nào, khách sạn sang trọng hay cửa hàng ăn bình thường thì vẫn đòi hỏi những tiêu chuẩn đó. Đáng chú ý nhất là khách hàng không bao giờ muốn trở lại những cửa hàng ăn uống với những người phục vụ luộm thuộm, không vệ sinh.

Tiêu chuẩn vệ sinh cơ bản với nhân viên phục vụ bar:

- Người phục vụ quầy bar phải là người có sức khoẻ tốt, đủ sức chịu đựng ở thể đi, đứng kéo dài. Dáng người đứng thẳng, bước đi thẳng sẽ tạo cho khách một ấn tượng tốt đẹp, dáng vẻ đàng hoàng, duyên dáng, lịch thiệp.

- Nước da khoẻ mạnh, sáng sủa. Để có được nước da như vậy cần phải luyện tập, ăn ngủ và tập thể dục đều đặn, ngoài ra cần phải ăn nhiều rau, hoa quả. Tránh trang điểm quá nhiều, lòe loẹt, nên tạo cho mình một vẻ đẹp tự nhiên.

- Luôn giữ vệ sinh thân thể, hàng ngày phải tắm rửa, thay quần áo, gội đầu thường xuyên, tóc để gọn gàng, tránh để đầu có gàu và mồ hôi.

- Luôn giữ vệ sinh răng miệng sạch sẽ, giữ cho hơi thở thơm tho. Tránh ăn những thức ăn nặng mùi như: hành, tỏi, không uống rượu, bia.

- Móng tay cắt ngắn, bàn tay phải rửa thường xuyên, đặc biệt là trước khi phục vụ và sau khi đi vệ sinh, không sơn móng tay bằng bất kỳ màu gì khi phục vụ.

Ngoài ra, không bị bệnh truyền nhiễm và bệnh ngoài da. Có khuôn mặt tươi vui, dễ gây cảm tình, nhã nhặn, lịch thiệp.

Ngoại hình t-ong đối dễ nhìn, có trí nhớ tốt, ứng xử nhanh, nói năng duyên dáng, diễn đạt ngắn gọn, dễ hiểu, b- ớc đi vững vàng khoan thai, không hấp tấp.

Luôn ý thức đ- ọc vị trí nghề nghiệp của mình trong xã hội, phải biết đ- ọc tự trọng và tự chủ, ăn mặc gọn gàng cắt tóc gọn gàng chải chuốt, nam không để râu, nữ không xoã tóc.

Không hút thuốc hoặc ăn uống trong quây pha chế

Ngoài ra phải vững vàng về nghề nghiệp nắm chắc thành thạo các công thức pha chế các loại đồ uống, Cocktail ghi trong Menu Drink...

Về t- cách đạo đức

- Ng- ời phục vụ quây bar luôn phải rèn luyện cho mình tính thật thà, l- ong thiện

- Không đ- ọc lấy thức ăn hoặc m- ợn dụng cụ ăn uống của nhà hàng cho mục đích riêng của mình.

- Không đ- ọc cộng sai hoá đơn làm cho hoá đơn tăng thêm tiền.

- Không thể hiện những hành vi thiếu đạo đức với khách nh- đùa cợt hoặc ăn mặc thiếu nghiêm túc.

- Không lợi dụng khách trong việc nhờ giúp hoặc mua bán hay tỏ thái độ thấp hèn, xin tiền “boa”, đếm tiền “boa” hoặc xóc tiền kêu leng keng trong túi. Ng- ọc lại, phải tỏ thái độ lịch sự, văn minh, đúng mực với khách hàng.

- Ng- ời phục vụ phải là ng- ời có trách nhiệm cao và tính đồng đội trong công việc.

- Phải quan tâm, giữ gìn những dụng cụ, trang thiết bị của quây bar cũng nh- trong nhà hàng, tránh vứt bừa bãi, tránh lãng phí.

- Luôn thể hiện sự quan tâm tới quyền lợi của khách bằng mọi thái độ, hành vi và cử chỉ, thấm nhuần khẩu hiệu “khách hàng là thượng đế”.

- Không xuất bán cho khách những thức ăn kém phẩm chất hoặc mất vệ sinh.

- Thực hiện nghiêm túc giờ giấc làm việc, không trốn tránh trách nhiệm đ- ọc giao.

- Phải có sự phối hợp nhịp nhàng và giúp đỡ lẫn nhau giữa các bộ phận, tránh phê bình, cãi nhau trong nhà hàng, nhất là tr- ớc mặt khách. Việc giải thích, ngăn chặn thiếu sót hoặc phê bình nhau sẽ tiến hành sau giờ phục vụ.

1.5.1.3. Bố trí nhân viên và kế hoạch thực hiện

Bố trí nhân viên số lượng nhân viên phù hợp cần cho hoạt động dịch vụ đồ uống phải được xác định trước phụ thuộc vào lượng khách lưu trú trong khách sạn

Theo tiêu chuẩn chung một nhân viên pha chế có thể phục vụ 50 khách, một nhân viên phục vụ bàn có thể phục vụ 25 khách .

Lập chương trình thực hiện nắm được số lượng nhân viên phù hợp cho công việc, nhu cầu đòi hỏi để bố trí nhân viên.

Việc lập chương trình làm việc sẽ thể hiện khối lượng công việc một cách chính xác. Do đó nhu cầu về lao động thay đổi trong ngày .

Cần phải thực hiện nhiều ca làm việc để đạt được năng suất cao.

Sơ đồ Bar cũng phải chuẩn bị để việc bố trí nhân viên và vạch ra kế hoạch làm việc được dễ dàng. Ngoài ra sơ đồ còn cho ta biết rõ lượng nhân viên hiện có còn thừa hay thiếu.

1.6. Trang thiết bị của bộ phận bar

Hiện nay có rất nhiều trang thiết bị được dùng phục vụ quầy Bar. Chúng loại, chất lượng, mẫu mã, số lượng phụ thuộc vào mục đích, khả năng của cơ sở kinh doanh.

Bao gồm các loại thiết bị như :

1.6.1. Trang thiết bị lắp đặt

Là những loại thiết bị dùng để hỗ trợ cho nhân viên bảo quản thực phẩm, các loại thiết bị ứng dụng khoa học kỹ thuật để giảm chi phí cho nhà hàng, khách sạn gồm có

- Tủ lạnh là thiết bị lạnh dùng để đựng các đồ uống lạnh, một số món salad nguội, hoa quả, nhằm mục đích bảo quản món ăn đồ uống và làm lạnh theo đúng tiêu chuẩn, yêu cầu về món ăn đồ uống.

- Tủ rượu là thiết bị dùng để trưng bày các loại rượu mạnh cũng như rượu mùi, để tạo cho quầy bar một hình ảnh đẹp, tạo ấn tượng cho khách.

- Máy pha cà phê là thiết bị chuyên pha cà phê có nhiều loại máy khác nhau, chúng cho ra một loại hương vị cà phê đặc trưng.

- Máy làm đá dùng để tạo ra đá viên tinh khiết và đá xay đảm bảo vệ sinh và tiết kiệm chi phí mua ngoài

- Máy rửa ly là loại thiết bị chuyên rửa các loại ly khác nhau có tác dụng giảm đ- ợc thời gian, chi phí thuê nhân công.

Ngoài ra còn có bồn rửa ly, Máy làm lạnh và phục vụ n- ớc quả, máy bán hàng tự động, máy vi tính để tính tiền...

1.6.2.Các loại ly

Hiện nay trên thị tr- ờng có rất nhiều các loại ly khác nhau mỗi loại ly nó đều có những tác dụng, mục đích khác nhau. Hiện nay trong các nhà hàng, khách sạn họ đều sử dụng những loại ly nó vừa mang tính thẩm mỹ và nó phải mang lại hiệu quả kinh tế cao.

*Các loại cốc uống bia

Mỗi loại bia dùng loại cốc khác nhau, th- ờng là cốc vai lớn, có quai, không quai, chân ngắn. Cốc đ- ợc sử dụng phải hoàn toàn sạch, không có dấu tay, vết dầu mỡ hay vết son môi trên miệng cốc.

Danh mục các loại kích cỡ cốc dùng cho mỗi loại bia t- ươi và bia chai

Kích th- ớc	Tiêu chuẩn quốc tế (Đức, Pháp...)	Hoàng đế (Mỹ và Anh)	Việt Nam và châu Á
Cốc nửa panh	250 ml	10 fluid oz (284ml)	Không có bán
Cốc trung bình	330 ml	Không có bán	330 ml
Cốc một panh	500 ml	20 fluid oz (568 ml)	500 ml

*Các loại ly uống r- ượu vang

Ly r- ượu vang phải trong suốt để màu sắc và độ sáng của r- ượu vang có thể nhìn thấy rõ ràng, ly phải có chân để cầm sao cho hơi nóng của tay không làm ảnh h- ưởng đến chất l- ượng r- ượu khi uống, trên miệng ly phải có một đ- ờng cong mỏng để góp phần giữ đ- ợc h- ơng vị r- ượu, ly phải đủ lớn để đựng r- ượu khi uống.

Danh mục kích cỡ ly rượu vang[8,69]

R-ượu vang	Ly	Kích cỡ
Vang trắng	Ly vang trắng	150 ml
Vang đỏ	Ly vang đỏ	175 ml
Vang Đức và An dật	Ly Đức (r-ượu vang trắng Đức)	Xấp xỉ 200-225 ml
Vang hồng	Ly mỏng cao	Xấp xỉ 175-200 ml
R-ượu sâm panh/ R-ượu vang nổ	Ly mỏng cao (dùng để uống sâm panh)	Xấp xỉ 175-200 ml

****Các loại ly uống r-ượu mạnh và r-ượu mùi***

Có nhiều loại ly cốc phục vụ uống r-ượu mạnh, r-ượu mùi, cocktail, bao gồm: cốc tròn cao, cốc uống r-ượu Whisky, ly uống r-ượu Vodka, ly uống r-ượu Port, ly uống rượu Sherry, ly uống rượu Brandy...

1.6.3.Ph-ong pháp bảo quản và làm vệ sinh

Ly sử dụng hàng ngày phải đ-ợc rửa bằng dung dịch rửa ly, các loại ly khi rửa không dùng những dung dịch có mùi thơm nếu tráng không sạch nó sẽ làm ảnh h-ởng đến chất l-ợng sản phẩm.

Sau khi rửa xong cần lau khô ly với khăn khô không bị sợi lông, úp ly vào kệ theo chủng loại ở những nơi không bụi.

Kiểm tra lại ly mỗi khi sử dụng nhằm hạn chế tình trạng ly vẫn còn bẩn sót mẻ làm ảnh h-ởng đến sức khỏe của khách hàng.

1.6.4.Dụng cụ pha chế và các trang thiết bị khác

Trong một quầy bar nhằm đảm bảo đ-ợc chất l-ợng pha chế cần phải có những loại dụng cụ chuyên dùng nh- sau:

- Cocktail Shaker (bình lắc cocktail) là loại dụng cụ chuyên dùng để lắc các loại cocktail, trà đá và các loại đồ uống cần lắc.
- Strainer (dụng cụ lọc) dùng để lọc hạt hay sơ chế các loại nguyên liệu khác
- Mixing Glass (ly trộn đồ uống) dùng để trộn các loại đồ uống khác nhau vào một ly

- Blender (máy xay sinh tố) là loại dụng cụ quan trọng trong pha chế, dùng để xay các loại sinh tố hay các loại đồ uống khác.
- Ice Bucket (xô đá ngâm r- ọu) dùng để đựng đá hay ngâm r- ọu cho lạnh tr- ớc khi sử dụng
- Measures (Jigger) (dụng cụ đong đồ uống) dùng để định l- ợng, đong đo đồ uống cho chuẩn không gây lãng phí
- Can Opener (dụng cụ khui đồ hộp) dụng cụ này để mở các loại đồ hộp.
- Cork Screw (mở r- ọu vang) dùng để mở r- ọu vang
- Bottle Opener (cái mở nắp chai) dùng để khuy các nắp đồ hộp
- Ice Scoop (xẻng xúc đá) là dụng cụ dùng để xúc đá
- Free Pourer (nắp rót r- ọu pha chế) là một dụng cụ dùng để hỗ trợ khi rót các đồ uống đồ pha chế mang tính nghệ thuật
- Swizzle Sticthua (que khuấy) đ- ợc sử dụng vào việc khuấy các đồ uống mang tính thuận tiện và đẹp mắt.
- Straws (ống hút) dùng để uống các loại đồ uống
- Squeezer (máy ép, máy vắt) dùng để ép, vắt các loại hoa quả
- Bar Spoon (thìa chuyên dụng) dùng để pha chế cocktail

1.7. Tiểu kết

Nghiep vụ Bar là một khái niệm rất rộng. Để tìm hiểu đầy đủ về nghiệp vụ Bar đòi hỏi phải có thời gian và công sức nghiên cứu lâu dài và kiên trì. Trên đây là những cái nhìn tổng quan về nghiệp vụ Bar... căn bản nhất về nghiệp vụ Bar mà em đã nghiên cứu, tìm hiểu đ- ợc trong thời gian vừa qua.

Trong ch- ơng 1, em chủ yếu đề cập đến lịch sử hình thành, những tiêu chuẩn thiết kế một quầy Bar, phân loại quầy Bar nghiệp vụ Bar và tổ chức lao động, những yêu cầu về tuyển chọn đội ngũ nhân viên pha chế.

Cũng qua ch- ơng 1, em đã đề cập đến sơ qua những trang thiết bị, dụng cụ pha chế cũng nh- các dụng cụ cần thiết cho công việc pha chế của mình. Qua đó, có thể làm tiền đề nghiên cứu những nghiệp vụ, kỹ thuật pha chế đồ uống cũng nh- các loại Cocktail sao cho đạt đ- ợc chất l- ợng tốt nhất về chuyên môn cũng nghiệp vụ.

CH- ÖNG 2

TÌM HIỂU VỀ CÁC LOẠI ĐỒ UỐNG VÀ PHONG CÁCH PHA CHẾ QUẦY BAR TẠI NHÀ HÀNG FOCUS - HẢI PHÒNG

2.1. Khái quát về Nhà hàng Focus

2.1.1. Vài nét về nhà hàng Focus

Nhà hàng Focus thuộc Công ty TNHH Quan Sơn. Từ năm 2005 đây là một của hàng chuyên bán cà phê có tên gọi là Dream sau đ- ợc công ty TNHH Quan Sơn mua lại và nâng cấp thành một nhà hàng sang trọng nh- hiện nay lấy tên gọi là Focus (tiêu điểm, trung tâm, tụ điểm tâm, nơi tập trung...) do Ông **Vũ Hồng Tuyên** làm Giám đốc. Từ đó đến nay nhà hàng đã hoạt động rất tốt doanh thu ngày càng tăng mang lại lợi nhuận lớn cho doanh nghiệp, trang thiết bị và cơ sở vật chất của nhà hàng ngày càng đ- ợc hiện đại mang tầm cỡ là một nhà hàng lớn của thành phố hải phòng. Cho tới nay nhà hàng Focus là một trong những sang trọng hiện đại chuyên tổ chức những hội nghị tiệc c- ối, phục vụ các món ăn nhanh, đồ ăn Âu Á..., những sản phẩm có chất l- ợng cao. Nhà hàng Focus để trở thành một nhà hàng sang trọng hàng đầu của Hải Phòng nh- hiện nay chính là nhờ sự lãnh đạo chỉ đạo của ban giám đốc và ban quản lý cùng toàn bộ nhân viên nhà hàng với sự đoàn kết của các nhân viên.

Nhà hàng hoạt động với chức năng chủ yếu là phục vụ tốt nhu cầu của khách hàng đồng thời cũng thu được lợi nhuận một cách chính đáng. Qua hơn 3 năm tồn tại và phát triển, đến nay nhà hàng đã có một chỗ đứng vững chắc trên thị trường. Hàng năm nhà hàng đón hàng ngàn lượt khách khác nhau. Trong những năm gần đây doanh thu và lợi nhuận của nhà hàng không ngừng tăng trưởng, không chỉ thực hiện tốt được mục tiêu chính của nhà hàng đề ra là kinh doanh để thu được lợi nhuận và chăm lo tốt cho đời sống của nhân viên trong nhà hàng mà hàng năm nhà hàng còn đóng góp vào ngân sách Nhà nước gần một tỷ đồng. Với tình hình kinh tế, chính trị ổn định và đang mở hội nhập như nước ta trong mấy năm gần đây đã làm cho hoạt động du lịch nước ta phát triển rất nhanh,

và không nằm ngoài những ảnh hưởng tích cực đó, nhà hàng cũng không ngừng phát triển, tự hoàn thiện cơ cấu tổ chức cũng như các sản phẩm của mình để ngày càng trở thành sự lựa chọn tin cậy của mọi khách hàng

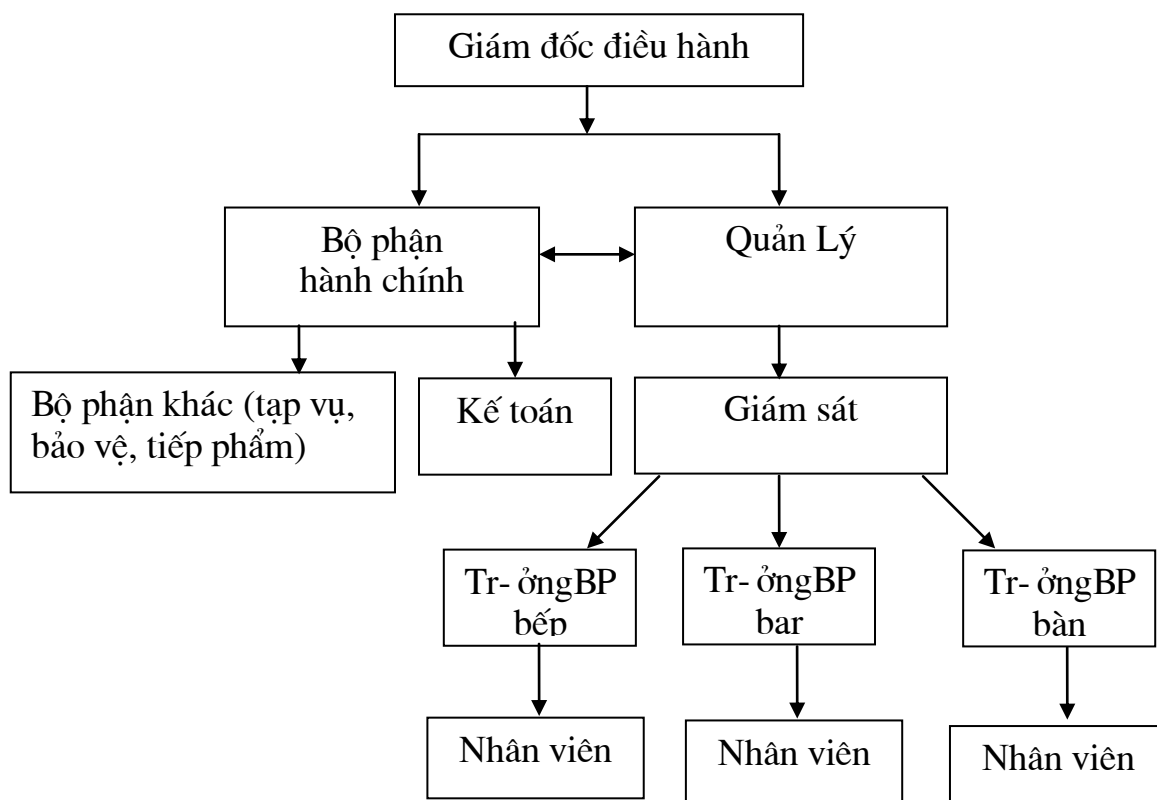
Một vài thông tin về nhà hàng Focus - Hải Phòng:

- Địa chỉ : Số 20 Minh Khai - Hồng Bàng - thành phố Hải Phòng.
- Điện thoại: (84.31) 3 746805/ 3 841430
- Fax: (84.31) 3 746805/ 3 841430
- E-mail: focus_bar_restaurant@vnn.vn
- Website: www.barfocus.com

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Nhà hàng Focus

Để đảm bảo việc tổ chức và quản lý có hiệu quả, nhà hàng Focus đã đạt được mục tiêu tổ chức bộ máy gọn nhẹ được xây dựng theo mô hình trực tuyến chức năng. Đứng đầu là giám đốc, người có quyền lực cao nhất chịu mọi trách nhiệm với nhà nước và cán bộ công nhân trong nhà hàng, giúp việc tham mưu cho giám đốc có bộ phận văn phòng và bộ phận quản lý, giám sát và trợ giúp các bộ phận với mô hình quản lý này nhà hàng thực hiện tốt chế độ một thủ trưởng, đạt được sự thống nhất cao.

Sơ đồ cơ cấu bộ máy tổ chức nhà hàng Focus



(nguồn: Phòng hành chính nhà hàng Focus)

Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận : trong cơ cấu của nhà hàng các bộ phận đ- ợc phân chia khá rõ ràng và thực hiện những chức năng cụ thể riêng.

1) Giám đốc điều hành

Là ng- ời đại diện theo pháp luật của Nhà hàng theo quy định tại điều lệ của công ty cổ phần th- ơng mại Minh khai, ng- ời đứng đầu bộ máy của Nhà hàng, chịu trách nhiệm chỉ huy toàn bộ, bộ máy quản lý của Nhà hàng .giao nhiệm vụ cho các Bộ phận trong nhà hàng (bếp, bar, bàn) triển khai, thực hiện các kế hoạch đã đề ra .

2) Quản lý nhà hàng

Là ng- ời chịu trách nhiệm chuyên môn chính về phục vụ ăn uống : vệ sinh an toàn thực phẩm , nội quy quy chế , theo dõi chấm công Lao động sắp xếp bố trí công việc , nhân viên ở từng thời điểm khác nhau. Quản lý cùng bộ phận văn phòng theo dõi tình hình hoạt động của nhà hàng, tiếp nhận khách đặt hàng tr- ớc , lên kế hoạch để tiếp đón, có những ph- ơng án mới để phát triển.

3) Giám sát viên

Là người chịu trách nhiệm về quản lý nhân viên nghiệp vụ của nhân viên, có trách nhiệm giám sát nhân viên về việc ca làm giao ca nhận ca làm việc, khắc phục mọi vấn đề liên quan về nhân viên và là người giải quyết mọi tình huống xảy ra tại nhà hàng. và là người trực tiếp tuyển nhân viên mới cho nhà hàng. là người truyền đạt mọi mong muốn nguyện vọng của nhân viên lên ban giám đốc, và đề xuất công trình để cho giám đốc có phương án điều chỉnh kịp thời.

4) Tr- ởng các bộ phận (Bếp, Bar, Bàn)

Bao quát tất cả các ca làm việc bố trí ca kíp cho nhân viên của bộ phận mình, có trách nhiệm kiểm tra các khâu từ chuẩn bị nguyên vật liệu đến khâu cho ra sản phẩm tại bộ phận mình, tiếp thu ý kiến phản hồi của khách, đưa ý kiến với quản lý để thay đổi thực đơn và xây dựng thực đơn, luôn có những sản phẩm mới để làm phong phú thực đơn của nhà hàng.

5) Các nhân viên trong các bộ phận

- nhân viên bếp là những người có trách nhiệm trong Bếp chuẩn bị và chế biến món ăn theo yêu cầu của khách, đáp ứng mọi nhu cầu về các món ăn của khách hàng chịu sự chỉ đạo và các thức làm của tr- ởng Bếp.

- Nhân viên Bar là người chịu trách nhiệm về bộ phận bar chuẩn bị trang thiết bị sản phẩm sẵn sàng đón tiếp khách mọi thời điểm đảm bảo chất lượng đồ uống.

- Nhân viên Bàn là nhân viên chính phục vụ khách các món ăn, đồ uống, thanh toán tham gia chuẩn bị sắp xếp bàn ghế...chuẩn bị việc phục vụ của khách, vận chuyển thức ăn từ bếp, đồ uống từ bar. kê bàn ghế, dọn vệ sinh ...

6) Bộ phận hành chính (kế toán)

Trách nhiệm của từng thành viên trong bộ phận văn phòng như sau

- Kế toán tr- ởng: chỉ đạo chung công việc, chịu trách nhiệm trực tiếp với Giám đốc về công việc thuộc nhiệm vụ của phòng tài chính của kế toán...có trách nhiệm liên kết với quản lý nhà hàng làm thực đơn cho các khách hàng đặt tr- ớc

- Kế toán tổng hợp và tính giá thành: chịu trách nhiệm tổng hợp toàn bộ chứng từ sổ sách, ghi chép các nghiệp vụ diễn ra hàng ngày, tính ra chi phí, giá thành các loại hàng hoá có trong nhà hàng ...

- Kế toán công nợ: có nhiệm vụ ghi chép các khoản phải thu, các hoá đơn chứng từ, phải trả, vay nợ của nhà hàng với bạn hàng và nợ lại...

- Kế toán tiền lương thủ quỹ: chịu trách nhiệm tính ra lương phải trả, thanh toán lương hàng tháng cho cán bộ, nhân viên toàn Nhà hàng ...

- Kế toán xuất nhập sản phẩm : chịu trách nhiệm ghi chép các loại chứng từ liên quan đến hàng hoá xuất xuống từng bộ phận, thực hiện giao nhận thủ tục với các bộ phận .

7) Các bộ phận khác (tạp vụ, bảo vệ, tiếp phẩm...)

- Tạp vụ có trách nhiệm dọn vệ sinh nhà hàng chăm sóc cây cảnh, rửa bát lau nhà, nhà vệ sinh ...đảm bảo sự sạch sẽ cho toàn bộ nhà hàng.

- Bảo vệ có trách nhiệm bảo vệ tài sản của nhà hàng, cũng như phòng tiện trang thiết bị của khách hàng bảo vệ 24/24h

- Tiếp phẩm có trách nhiệm thu mua hàng hoá cho các bộ phận hàng ngày nếu các bộ phận cần đáp ứng mọi lúc ...

2.1.3. Các loại hình phục vụ của nhà hàng Focus

Để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, nhà hàng Focus không ngừng đổi mới và bổ sung các loại hình phục vụ. Hiện nay nhà hàng có các loại hình phục vụ như ăn điểm tâm sáng, cơm văn phòng, các loại hình hội nghị, hội thảo, sinh nhật, họp lớp, tổ chức tiệc cưới...

Trong thời gian qua nhằm đáp ứng những thị yếu của khách hàng nhà hàng Focus đã mở thêm một chi nhánh nhà hàng nữa chuyên kinh doanh các loại hình tổ chức tiệc cưới, với các món ăn đặc sản như lẩu nấm Focus, gà non Focus. chính vì vậy thương hiệu Focus đã dần nổi tiếng trên địa bàn Hải Phòng mà còn nổi tiếng cả các vùng lân cận. Với đội ngũ nhân viên nhiệt tình cá trình độ chuyên môn cao đáp ứng được mọi nhu cầu của khách.

2.2. Các loại đồ uống được sử dụng tại nhà hàng

2.2.1. Đồ uống không cồn

2.2.1.1. Đồ uống hoa quả

Là loại đồ uống được sử dụng nguyên liệu bằng các loại hoa quả tươi, với chức năng giải khát và là loại đồ uống có nhiều chất dinh dưỡng có tác dụng tốt

cho sức khoẻ của con người, hiện nay có rất nhiều cách để chế biến các loại hoa quả thành những sản phẩm chất lượng và bổ dưỡng như làm sinh tố, ép, dầm... để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng nhà hàng Focus đã không ngừng cập nhật các loại hoa quả mới để chế biến một cách khoa học vệ sinh và luôn tạo ra những ấn tượng, phong cách riêng của nhà hàng.

2.2.1.2.N-ớc – Water

N-ớc tinh khiết là chất lỏng không mùi, không vị. Trong điều kiện áp suất bình thường n-ớc đóng băng ở nhiệt độ 0°C (32 độF) và sôi ở nhiệt độ 100 độC (212 độF). [2.5]

N-ớc là tất yếu của cuộc sống, từ 50 đến 90% trọng lượng của cơ thể sống là n-ớc, là chất cơ bản trong tế bào sống.

N-ớc đóng vai trò như chất dung môi vận chuyển, hoà tan các chất. Máu trong động vật hay nhựa cây chứa chủ yếu là n-ớc để phục vụ việc vận chuyển thức ăn và các chất thải.

2.2.1.3.N-ớc khoáng – Mineral Water

N-ớc khoáng, n-ớc nguồn có chứa một số khoáng chất : Sodium (Na+), Potassium (K+), Calcium (Ca++), Magnesium (Mg++), Chloride (Cl+), Fe²⁺³, Sulfate (SO₄), Bicarbonate (HCO₃) và Gaz, những chất khoáng này được xem như một tác nhân dùng để chữa bệnh, n-ớc khoáng đã được sử dụng từ rất lâu, và trở nên rất quen thuộc với người Hy Lạp và người La Mã. Các loại n-ớc uống này đều được đóng chai khi bán ra thị trường.

Nhiều loại n-ớc có gaz được dùng như thức uống thông dụng để pha loãng rượu mạnh hay rượu vang.

Các tác dụng của Gas và chất khoáng.

- Giúp hoà tan các chất khoáng tốt, tác dụng giải khát, và điều chỉnh sự tiêu hoá.

- Làm cho n-ớc có vị ngon đặc biệt, và đáp ứng nhu cầu khoáng chất của cơ thể.

2.2.1.4.N- ớc đóng hộp – Soft Drinks

Là một loại n- ớc uống phổ biến đ- ợc dùng cho mọi lứa tuổi đặc biệt là cho trẻ em vì nó có vị ngọt, n- ớc giải khát tồn tại trong hai dạng là có gas và không có ga, đ- ợc dùng phổ biến để pha trộn với r- ượu mạnh, và trong n- ớc giải khát có chứa đến 97% n- ớc và có nhiều h- ơng vị khác nhau. [6.2]

*Các loại n- ớc giải khát

- Gingerale đ- ợc chiết xuất từ gừng với d- vị nguyên chất
- Bitter Lemon có vị đắng từ chất quinine
- Tonic là loại n- ớc ngọt th- ờng đ- ợc dùng pha với r- ượu Gin, Vodka.
- Cola có khí CO₂ tạo bọt cho thức uống
- Club Soda là n- ớc có gas với l- ượng muối khoáng đ- ợc cho thêm vào.

2.2.1.5. Sirô - Syrup

Có chứa l- ượng đ- ường cao, không có gas, Grenadine đ- ợc làm từ quả lựu, khi sử dụng phải pha loãng với n- ớc, theo tỉ lệ h- ớng dẫn của nhà sản xuất.

2.2.1.6.Trà - Tea

Trà là loại cây lớn, hàng năm nhánh trà đ- ợc cắt tỉa đi để cây trà trở thành từng bụi rậm. Lá trà lúc nào cũng xanh đậm, m- ặt óng và có răng c- a chung quanh. Hoa trà màu trắng hoặc hồng hàng loạt vì vậy được liệt vào loại “trà hoa nữ”. Trái trà nhỏ, có vỏ cứng, lớn bằng hạt dẻ. Người ta trồng trà theo kiểu ghép cành rồi đem trồng xuống đất. Hai loại cây trà cổ nhất là : “Thea Sinsensis” hoặc trà tàu và “Thea Assamica”. Loại thứ nhất trồng ở vùng ôn đới, chịu nổi đông băng, loại thứ hai chỉ trồng ở nhiệt đới vì cần nhiều sức nóng. Với hai loại trà cổ đó, chuyên viên trồng trà ghép đi ghép lại nhiều lần và tạo đ- ợc loại cây trà tên “Assamhybrid”, đây là loại cây giống trồng cho các đồn điền trà trên khắp thế giới .

Sau năm năm, cây trà đ- ợc coi là tr- ưởng thành và cho hoa lợi liên tiếp trong hai m- ươi lăm năm hay lâu hơn nữa tùy theo sự chăm sóc và t- ưới bón của nhà nông. Thông th- ờng cây trà có độ cao đến vài chục th- ớc nh- ờng để tiện dụng cho thu hái trà, ng- ời ta phải cắt tỉa th- ờng xuyên để thân cây đạt độ cao tối đa từ 1 - 1,50m. Riêng những cây già thì cắt ngang cây để mầm non nảy trời mới và theo ph- ơng pháp này, trà đạt tuổi thọ hơn một thế kỷ là chuyện th- ờng.

Sự khác biệt về h- ơng vị nằm trong sự khác biệt về giống trà, về vùng đất trồng, về điều kiện thời tiết, về sự chăm sóc chu đáo ở x- ởng chế biến.

*Cách chế biến trà

Trà biến chế theo cách cổ điển thì phải trải qua năm giai đoạn : làm lá héo, cuốn lá, lên men, làm khô, lọc trà. Trà biến chế theo nối mới thì qua 3 giai đoạn gọi là C.T.C (Crushing, Tearing, Curling)

Ngày nay, có hơn 3000 loại trà khác nhau trên thế giới, mỗi loại có một đặc điểm riêng. về cơ bản, trà đ- ợc chia ra làm 5 loại: Trà xanh (Green Tea), Trà đen (Black Tea), Trà Oolong (Oolong Tea), Trà hoa quả (Fruit Tea), Trà thảo d- ợc (Herbal Tea).

2.2.1.7. Cà phê – Coffee

Vì sao mọi ng- ời tìm đến với cà phê? Họ tin rằng thành phần cafein có trong cà phê giúp kéo dài sự tỉnh táo và ngăn không cho cảm giác mệt mỏi xuất hiện, nhất là khi bạn phải làm việc đầu óc hoặc thực hiện 1 công việc nhàm chán. Trong khi điều khiển xe. Cafein giúp ng- ời lái phản xạ nhanh hơn và nhìn tốt hơn. Tuy nhiên những hiệu quả này dao động tùy theo độ nhạy cảm của mỗi đối t- ượng và thể hiện rõ nhất ở ng- ời ít dùng cà phê.

Cà phê chứa rất ít năng l- ợng - một tách cà phê chỉ mang lại 2-5 kcal (nếu không thêm đ- ờng). Hơn nữa, cafein có trong cà phê còn làm tăng tiêu hao năng l- ợng cơ bản! Với sự có mặt của cafein trong cơ thể, chi phí năng l- ợng cho hô hấp, việc duy trì t- thể và hoạt động trí óc sẽ tăng 16%.

Ng- ời Pháp vốn nổi tiếng với thói quen thích nhâm nhi tách cà phê sau bữa ăn. Truyền thống này xuất phát từ 1 hiệu quả thực sự của cafein, đó là khả năng cải thiện tiêu hoá, thông qua tăng tiết n- ớc bọt và các men tiêu hoá, kích thích nhu động ruột. Tuy nhiên ng- ời mắc bệnh thực quản và dạ dày không nên dùng đồ uống này.

Cafein gây co thắt các mạch máu não, và nhờ đó cũng làm giảm c- ờng độ cũng nh- thời gian kéo dài của cơn đau đầu. Kết hợp với paracetamol hay aspirin, cafein cũng tạo đ- ợc hiệu quả giảm đau mạnh hơn.

Tăng cường sức lực khi chơi thể thao caffeine tác động lên hệ thần kinh, khiến bạn tỉnh táo hơn và làm tăng nhịp tim. Ngoài ra, trong thời gian luyện tập, nó còn kích thích cơ thể sử dụng mỡ như nguồn năng lượng chính, cho phép tiết kiệm kho dự trữ glycogene của cơ. Tất cả những hiệu quả này xuất hiện sau khi một ngày uống 2-3 chén cà phê, vì vậy chẳng nên uống công cốc cả lít cà phê trước khi bước vào cuộc đấu.

Theo kết quả nghiên cứu tiến hành với 7.800 người Mỹ, những người uống từ 4 chén cà phê mỗi ngày trở lên giảm được 25% nguy cơ sỏi mật. Những công trình khác lại cho thấy ảnh hưởng mạnh mẽ hơn của cà phê đối với nam giới: Đồ uống này làm giảm tới 45% nguy cơ mắc bệnh sỏi mật ở cánh mày râu.

Ngoài ra cà phê còn chứa các chất chống oxy hóa. Polyphenol trong cà phê bảo vệ cơ thể khỏi sự lão hóa của các tế bào bình thường và sự đột biến của các tế bào ung thư. Cùng với trà, cà phê được xếp trong số những đồ uống chứa nhiều chất chống oxy hóa nhất.

Hiện nay có nhiều công trình khoa học cho thấy, những người thường xuyên dùng cà phê ít mắc bệnh Parkinson hơn đối với những đối tượng khác. Hiệu quả bảo vệ là 30% với người dùng 2 chén cà phê mỗi ngày. Một số nghiên cứu thực nghiệm gần đây cũng khẳng định, caffeine giúp cải thiện khả năng vận động của bệnh nhân Parkinson, nhờ tác động trực tiếp lên một số bộ phận chịu trách nhiệm về khả năng cử động của cơ thể ở não.

Pha cà phê không phải là một việc khó. Chỉ cần bạn có hỗn hợp bột cà phê mà bạn thích, một số thiết bị và vài phút rảnh rỗi. Có nhiều phương pháp pha cà phê khác nhau thoả mãn thị hiếu khác nhau. Cà phê Espresso đậm đặc tính cách, cà phê Thổ Nhĩ Kỳ (Turkish) nhiều hương thơm, cà phê kiểu Mỹ (Americano) nhẹ, nhiều nước và uống lâu mới hết. Tất cả các phương pháp này có một điểm chung, bột cà phê được xử lý trong nước nóng sau đó dung dịch cà phê được lọc ra đây hương vị. Thứ nước uống kỳ diệu này sẽ có tính chất khác nhau khá nhiều, tùy thuộc vào phương pháp pha. Sau đây là một vài ví dụ căn bản.

a) Cà phê nhỏ giọt (*filter drip*) (th-ờng đ-ợc biết đến với tên gọi là *American styled coffee*)

Đặc tính của loại cà phê pha theo kiểu này là không đặc lắm (not much body) và vị h-ơng cũng rất nhẹ. Kiểu pha cà phê này đ-ợc yêu thích ở khắp Bắc Mỹ, Bắc Âu và Pháp. Ngày nay ở các n-ớc đó ng-ời ta sử dụng nhiều loại máy pha cà phê nhỏ giọt có phễu lọc. Máy gồm 2 phần, phần phía trên là một cái phễu bằng thuỷ tinh, nhựa hay kim loại, phần phía d-ới là một cái bình bằng thuỷ tinh có thể đ-ợc hâm nóng tự động bằng dây may xo nằm d-ới cái bình này. Cà phê lọc ép (còn đ-ợc gọi tên là cà phê kiểu Pháp)

Kiểu pha cà phê này đ-ợc ng-ời ta quen gọi là cà phê kiểu Pháp Ng-ời ta cho bột cà phê vào trong xy-lanh, rót n-ớc sôi và khuấy đều, để nguyên từ 4 đến 5 phút. Sau đó ng-ời ta cho cái piston- kẹp vào và ấn nhẹ và chậm để tách bột với dung dịch cà phê đã pha xong. Cà phê lúc đó đã có thể uống đ-ợc và không nóng lắm nữa. Ưu điểm của ph-ơng pháp này là không phải tốn 1 cái phễu lọc giấy mỗi lần pha cà phê. Chú ý, bột cà phê phải chọn loại xay vừa phải (medium ground coffee) nếu không sẽ dễ bị uống bột cà phê lẫn trong cà phê. Nên cho khoảng 1 teaspoon trên một ly cà phê là vừa đủ.

b) Cà phê Thổ Nhĩ Kỳ (*Turkish coffee*)

Kiểu pha cà phê này phổ biến nhất ở Thổ Nhĩ Kỳ, Hy Lạp, một số n-ớc Đông Âu và Trung Đông. Ng-ời ta sử dụng 1 dụng cụ truyền thống gọi là cái “ibrik”. Một cái bình đựng làm bằng đồng đỏ và đồng thau, hình một cái phễu lộn ng-ợc và bị cắt cụt, có tay cầm rất dài. Tr-ớc hết ng-ời ta đun n-ớc sôi liu riu nhỏ lửa trong cái ibrik, sau đó ng-ời ta nhấc cái ibrik ra và cho cà phê xay mịn vào (khoảng 2 thìa tea cho 1ly), cho cả đ-ờng và nhiều khi cả 1 số loại h-ơng liệu khác nh- bột gia vị. Sau đó ng-ời ta ngoáy đều cái hỗn hợp đó rồi đặt cái ibrik trở lại bếp đun sôi lại. Khi hỗn hợp sôi và xầu bọt gập tràn ra, ng-ời ta nhấc cái ibrik ra khỏi bếp tiếp tục khuấy đều. Khi cà phê đã nguội, ng-ời ta lại đặt trở lại bếp đun lửa thật nhỏ. Cứ nhấc ra nhấc vào 3 lần thì xong. Kết quả là 1 thứ cà phê đặc quánh, đen, xầu bọt mà không thể đổ ngay ra chén mà uống đ-ợc mà phải ngồi đợi đến khi bột cà phê đã lắng xuống đáy và khi đó cà phê đã nguội.

c) Cà phê kiểu Na Uy

Cà phê kiểu này đ-ợc yêu thích ở Na Uy và các n-ớc trên bán đảo Scandinavia. Cũng t-ơng tự nh- cà phê Thổ, ng-ời ta luộc bột cà phê trong vòng 10 phút, chỉ khác là ng-ời ta sử dụng bột cà phê xay thô, và hạt cà phê chỉ đ-ợc rang sơ, không kỹ. Khoảng 2 thìa đá cho 1 ly cà phê. Ng-ời uống cũng phải ngồi đợi đến khi bột cà phê lắng xuống mới uống đ-ợc.

d) Cà phê tan uống liền (freeze-dried coffee)

Dĩ nhiên đây là loại cà phê dễ pha nhất. Chỉ việc đổ 1 thìa teas bột cà phê vào một ly n-ớc nóng khuấy đều và cho thêm sữa hay đ-ờng tùy ý. Nh-ng cà phê pha kiểu này có thể có vị hơi chua nên phải cho thêm d-ờng vào thì mới uống đ-ợc. Nhiều ng-ời nhạy cảm với caffeine có thể cảm thấy tim đập mạnh, hồi hộp khi uống cà phê tan. Trong tr-ờng hợp này nên dùng loại đã decaffeinated, tức là đã loại bỏ decaffeine. Cà phê mua ở máy bán cà phê tự động th-ờng là loại cà phê này. Ng-ời ta chứa bột cà phê trộn sẵn l-ợng bột định sẵn, chảy toẹt ra cốc giấy cho mình uống. Phải nói thật là cà phê này kém ngon và có uống cũng chỉ vì bất đắc dĩ.

e) Espresso (Cà phê hơi)

Là ph-ong pháp pha cà phê chuẩn mực của cà phê Italy. Độc đáo và thông minh. Máy pha cà phê Espresso là tác phẩm nghệ thuật thực sự do ng-ời Italy tạo ra. Cà phê đ-ợc pha ở áp suất rất cao. Một cái bơm bơm n-ớc qua một ống xoắn bằng đồng đổ lên đến nhiệt độ gần 100^0 C (không d-ới 90^0 C). áp lực đẩy n-ớc qua bột cà phê đ-ợc nén chặt trong 1 cái lọc kim loại thẳng vào cốc chỉ trong vài chục giây. Kết quả là 1 ly cà phê nóng, đặc (full body and condensed) và đậm đầy h-ong thơm (intense aroma), tuy thế mà vẫn không đắng mà êm và xốp nhẹ nh- kem. Đến ngày hôm nay ph-ong pháp pha cà phê này đ-ợc coi là -u việt nhất bởi vì những lý do sau: Pha ly nào xay bột cà phê cho ly đó, cà phê giữ đ-ợc h-ong thơm, hơn, mà ng-ời uống có thể yêu cầu điều chỉnh để bột cà phê xay thô, xay vừa hay xay mịn, tùy ý thích. N-ớc nóng già nên h-ong thơm của cà phê đ-ợc chiết suất ra ở hiệu suất tối đa và không bị bay đi mất.

N-ớc nóng đ-ợc xục qua nhanh, bột cà phê không bị cháy nên không đắng và l-ợng caffeine tan vào n-ớc cũng không quá nhiều nh- khi luộc cà phê trong n-ớc thời gian dài hơn. Bộ lọc tinh có thể sử dụng đ-ợc, nhờ áp lực cao của n-ớc, vì thế trong cà phê không có vẩn đục nh- khi chỉ nhờ trọng lực để đẩy n-ớc chạy qua cà phê.

f) Cà phê Mocha- Giải pháp tiện dụng và ngon

Chính vì tiện dụng, rẻ và ngon mà ph-ơng pháp pha cà phê này đ-ợc nhiều ng-ời yêu thích. Vào nhà ng-ời Italy dù nghèo đến đâu bạn cũng sẽ tìm thấy ít nhất 1 ấm pha cà phê mocha. Cái ấm mocha có 3 phần gắn liền với nhau đều có cao su kín hơi. Ng-ời ta đổ l-ợng n-ớc vừa đủ với l-ợng cà phê muốn có vào trong “nồi hơi”, rồi cho cà phê vào trong bộ lọc (cà phê xay mịn hay thô tùy sở thích, 2 thìa teas cho 1 ly cà phê), sau đó vừa vặn chặt và đun. Khi n-ớc sôi, hơi n-ớc bốc lên và gặp bột cà phê liền ng-ưng tụ thành n-ớc sôi, n-ớc cất sôi, đảm bảo 100⁰ C (hay ít nhất cũng 99⁰ C). N-ớc mới ng-ưng tụ hoà tan cà phê và sản phẩm đ-ợc đẩy tiếp lên trên và đọng lại ở bình chứa phía trên. Chỉ ch-ả đây 1 phút cà phê đã pha xong, nóng sẵn sàng để uống.

2.2.2. Đồ uống có cồn

2.2.2.1. Bia – Beer

Hiện nay trên thị tr-ờng có nhiều loại bia khác nhau nh-ng nhà hàng Focus chuyên bán những sản phẩm đặc tr-ng của các hãng nh- Hà Nội beer, Sài Gòn beer, Heineken beer... đó là những nhãn hiệu bia nổi tiếng ở trong nước cũng nh- trên thế giới, bia đ-ợc phân loại nh- sau:

*Ale beer (Bia nặng)

Các loại bia Ale th-ờng rất ngon và thơm, h-ơng vị đậm đà. Trong bia vẫn còn chứa 1 ít đ-ờng sau khi lên men nên bia có vị ngọt đậm hơn các loại bia thông th-ờng khác. Có thể chia các loại bia Ale nh- sau:

*Stout bia (bia nâu nặng)

Bia nặng, có màu nâu sẫm, bọt mịn và có nồng độ cồn cao, rất giàu h-ơng thơm của hoa bia. Nổi tiếng nhất trong loại bia này là bia Guinness, đ-ợc sản xuất đầu tiên ở Ailen vào cuối thế kỷ 18.

*Porter beer (bia đen)

Loại bia này có màu sẫm và vị hơi ngọt. Ng-ời ta biết đến loại bia này do trong bia có phảng phất mùi cà phê. Tên của loại bia này có nguồn gốc từ những ng-ời tiêu thụ, họ là những ng-ời khuôn vác và ng-ời lao động ở London.

*Brown Ale beer (bia nâu)

Loại bia này có màu hơi đỏ, vị hơi ngọt. ở Anh có nhà máy sản xuất bia Brown Ale nổi tiếng là ở Newcastle (Anh).

*Bitter beer (bia đắng)

Đ-ợc - a chuộng khắp n-ớc Anh, bia có h-ơng vị đậm đà và nồng độ cồn cao.

*Lager beer (bia nhẹ)

Các loại men khác nhau đ-ợc sử dụng trong quá trình sản xuất cho ra các loại bia khác nhau. Lager bia đ-ợc cho lên men ở đáy thùng, men hoạt động chậm và đ-ợc ủ ở nhiệt độ t-ơng đối thấp, sau đó đ-ợc khử trùng bằng ph-ơng pháp Pasteur do đó loại bia này có thể để đ-ợc lâu hơn các loại bia khác mà không cần phải để lạnh. Những loại bia này có h-ơng vị nhẹ và có các loại sau:

* Pilsner là loại bia rất nổi tiếng ở Đông Âu, đ-ợc sản xuất ở Pilsen Tiệp Khắc (bia Pilsner Urquel). Loại bia này khá thơm và có bọt xốp, h-ơng vị độc đáo

Bock bia khá nặng có màu sẫm và ngọt. Đôi khi ng-ời ta cho lên men bia Bock ở trên bề mặt của hèm do đó bia Bock trở thành bia Ale.

*Double Bock

- Low Alcohol beer (bia ít cồn)

Đ-ợc sản xuất có cùng h-ơng vị và những nét đặc tr-ng của loại bia Lager hay Ale. L-ợng cồn th-ờng thấp hơn 1,2%. Những loại bia này đ-ợc sản xuất theo cách thông th-ờng, l-ợng cồn đ-ợc tách bớt ra sau quá trình lên men. Ngoài ra còn có cách khác là ph-ơng pháp ủ đặc biệt để có ít l-ợng cồn.

- Non - Alcohol beer (Bia không cồn)

L-ợng cồn đ-ợc lấy ra sau quá trình lên men, những loại bia này l-ợng cồn phải thấp hơn 0,05%.

Các loại bia sau khi sản xuất để đ- a ra thị tr-ờng tiêu thụ bia đ-ợc đóng chai, lon hay thùng.

*Draught beer (bia t-oi)

Đ-ợc dùng để nói chung tất cả các loại bia từ nhà máy sản xuất đ-ợc đóng vào thùng nhôm vô trùng hay xe bồn từ đó đ-ợc bơm vào thùng trong hầm của quán r-ợu. ống dẫn đ-ợc nối với thùng chứa và đ-ợc dẫn đến vòi rót ở quầy Bar.

*Bottled beer (bia chai)

Đ-ợc sản xuất cũng giống nh- bia t-oi và phải đ-ợc bảo quản tốt.

*Canned beers (bia lon)

Đ-ợc sản xuất t-ơng tự nh- bia chai. Rất thuận tiện sử dụng, nhất là khi có những clip phục vụ ngoài trời, đi Picnic, những vỏ chai đã uống rất khó thu lại và tránh những đổ vỡ dễ gây ra nguy hiểm.

2.2.2.2.R-ợu vang th-ờng – Still Wine

Có các loại: vang đỏ, vang trắng

*Red wine (vang đỏ)

Gồm các loại nh- sau:

Cabernet Sauvignon, Cabernet / Merlot Blend, Barolo, Barbaresco, Barbera, Valpolicella, Amarone, Chianti, Brunello, Vino Nobile di Montepuliciano, Bordeaux, Pinot Noir, Burgundy, Zinfandel...

*White wine (vang trắng)

Bao gồm các loại r-ợu

Chardonnay, Pinot Grigio, Muscat, Pinot Blanc, Pinot Gris, Riesling, Sauvignon / Fume Blanc, Semillon, White Bordeaux, White Burgundy...

Khi để lâu năm r-ợu vang đỏ và vang trắng với một thời gian khá lâu thì những tiêu chuẩn cụ thể d-ới đây phải đ-ợc tuân thủ chặt chẽ.

- Lý tưởng nhất là rượu vang được cất giữ trong hầm không có ánh sáng, nhiệt độ không thấp hơn 50⁰ - 55⁰F (10⁰ - 12⁰C). Một quy định chung nhất là nhiệt độ tại khu vực để r-ợu vang không bao giờ v-ợt quá 70⁰F (21⁰C) đối với những loại vang để lâu đến 5 năm, 65⁰F nếu loại vang đó cần l-u kho đến 15 năm và 60⁰F (18⁰C) cho bất kì thời gian l-u kho nào trong vòng 15 năm.

- Độ ẩm tại khu vực để r-ợu vang phải đ-ợc giữ ở 50% để tránh việc hỏng nút chai và tạo mốc.

• Vang bàn và vang bọt được bảo quản bằng cách đặt chai nằm ngang để duy trì độ ẩm cho nút chai, ngăn không cho không khí và vi khuẩn xâm nhập vào trong chai, còn đối với vang bọt thì nó sẽ ngăn cản gas thoát ra.

Quy trình phục vụ r- ượu vang

* Để phục vụ r- ượu vang nguyên chai thì cần phải có một số trang thiết bị sau:

- Xô đá để giữ lạnh rượu
- Chân đế để đặt xô đá(nếu có)
- Dụng cụ mở rượu
- Giỏ đựng r- ượu
- Bình đựng rượu
- Khăn phục vụ
- Khăn giấy
- Bàn phục vụ(nếu có)

* Phục vụ vang trắng

1. Nhận đặt r- ượu sau khi khách hàng đã đặt món ăn
2. Cần phải ghi rõ ràng những thông tin cần thiết:
 - Số bàn
 - Số khách ăn
 - Ngày tháng
 - Chữ ký nhân viên phục vụ
3. Vang đ- ợc gọi theo số, vì vậy nhân viên phục vụ không cần phải nhớ những tên khó. Số tên thực đơn uống phải khớp với số ở quầy Bar cung cấp và hầm r- ượu.
4. Hỏi xem khách hàng muốn phục vụ lúc nào
5. Vang đem - ớp lạnh trong xô đá (có n- ớc). Luôn phải phục vụ đúng nhiệt độ.
6. Để chai r- ượu đến bàn và đặt trên giá phía bên phải của ng- ời đặt r- ượu
7. Trình chai r- ượu cho khách hàng xem. Nhắm h- ớng về phía khách hàng
8. Cắt lớp vỏ bọc bên ngoài phía d- ưới cổ chai bằng dao.Yêu cầu vết cắt phải sắc và đều.

9. Lau miệng chai và nút bằng khăn giấy
10. Ấn nhẹ 1-ôi xoắn vào nút bên, luôn phải thẳng và cẩn thận xoay khoảng 4 vòng (nên dùng dụng cụ có đòn bẩy), chai vẫn giữ yên tại chỗ, nhãn h-ớng về phía khách.
11. Cẩn thận kéo nút chai lên, tránh gây tiếng động.
12. Lau phía trong cổ chai.
13. Lau khô lại chai r-ợu
14. Rót cho ng-ời đặt r-ợu thử một ngụm, đứng rót phía bên phải của khách.
15. Khi khách hàng đồng ý thì rót phục vụ những ng-ời khác tr-ớc theo tuổi tác, giới tính và ng-ời đặt chai r-ợu thì rót sau cùng.
16. Rót khoảng 2/3 ly. Sau khi rót xong xoay cổ chai để tránh bị nhiễu xuống bàn
17. Rót thêm cho ng-ời khách khi cần thiết trong quá trình phục vụ
18. Nếu khách hàng gọi thêm r-ợu thì đặt thêm ly mới.

*Phục vụ r-ợu vang đỏ

R-ợu vang đỏ mới sản xuất trong năm không có cặn lắng trong đáy chai. Vì vậy r-ợu vang đ-ợc phục vụ theo quy tắc phục vụ r-ợu vang trắng. Khác với r-ợu vang trắng là r-ợu vang đỏ không để trong bình đá - ớp lạnh mà để nằm nghiêng trong rổ đựng có lót khăn giấy. Cổ chai r-ợu đ-ợc trang trí bằng khăn giấy gấp thành nơ.

*Phục vụ vang đỏ lâu năm

R-ợu vang đỏ bao gồm r-ợu mới sản xuất và r-ợu lâu năm. Vang đỏ lâu năm là r-ợu đ-ợc sản xuất nhiều năm tr-ớc và đ-ợc bảo quản trong kho. Qua thời gian bảo quản trong chai tạo thành một lớp cặn d-ới đáy và bên ngoài vỏ chai có phủ một lớp bụi mỏng.

Vì vậy khi phục vụ r-ợu vang đỏ nhân viên phải biết phân biệt hai loại r-ợu nói trên. Thông th-ờng nếu khách yêu cầu r-ợu lâu năm thì họ sẽ cho biết năm sản xuất của r-ợu. Quy trình phục vụ chai r-ợu vang đỏ lâu năm đó nh- sau:

*Chuẩn bị dụng cụ

- Bàn phụ/bàn phục vụ
- Dụng cụ mở chai
- hai đĩa nhỏ (đĩa bánh mì)
- 3 khăn giấy
- Khăn phục vụ
- Rổ đựng rượu
- Bình đựng rượu
- Đèn cây
- Ly uống r- ượu vang đỏ

*Các bước phục vụ

1. R- ượu vang đỏ lâu năm th- ờng có cặn. Chai r- ượu phải đ- ợc để nghiêng trong rổ đựng có lót khăn.
2. Đặt cẩn thận chai r- ượu vào rổ h- ớng nhãn hiệu lên trên. Nếu có bụi trong khi bảo quản thì chỉ lau ở phần nhãn hiệu. D- ới miệng chai gấp khăn giấy trang trí. Chai r- ượu phải đ- ợc để yên.
3. Không xách rổ bằng quai mà tay phải cầm phía trên thân chai và rổ, ngón trỏ đè lên thân chai. Ép nhẹ hai bên rổ sát vào chai để cho chai khỏi tr- ợt. Khi mang ra bàn của khách không đ- ợc lắc mạnh vì cặn sẽ bị dao động lên trong chai.
4. Đốt đèn cây để trên bàn.
5. Thực hiện thao tác mở chai nh- ỏ r- ượu trắng. Chú ý khi mở nắp chai phải giữ chai nằm yên không đ- ợc lắc.
6. Tr- ớc khi mở nút chai, dùng khăn giấy lau sạch miệng chai. Khi kéo nút chai ra phải thật cẩn thận vì những nút chai r- ượu lâu năm này th- ờng bị mục và rất dễ bị gãy. Sau khi đã lấy nút chai ra dùng khăn giấy lau sạch phía trong miệng chai. Chú ý r- ượu Bordeaux của Pháp có nút dài hơn, nên khi cần nâng mở nút không đủ độ dài thì dùng khăn giấy và tay để kéo nút ra.
7. Ly để thử r- ượu đặt ở gần rổ đựng chai r- ượu

8. Để chai r-ượu trong rổ và nâng ly lên khi rót để chặn khỏi nổi lên. Không đ-ợc xoay chai khi rót xong.
9. Rót cho chủ tiệc hay ng-ời đặt một ngụm để uống thử.
10. Nút chai để trên một đĩa trung và đặt cùng với ly r-ượu phía bên phải ng-ời khách thử r-ượu.
11. Khi có sự đồng ý của ng-ời khách thử r-ượu nhân viên tiến hành thao tác rót r-ượu từ chai sang bình thủy tinh.
12. Cầm cẩn thận chai r-ượu trong t- thế nằm trong rổ bằng tay phải, tay trái cầm bình thủy tinh.
13. Rót r-ượu từ chai sang bình thủy tinh sao cho ánh sáng đèn cây chiếu qua dòng r-ượu chảy.
14. Rót chậm, không có tiếng động và rót liên tục 1 lần. Nhẹ nhàng nâng chai và rổ lên để ôxy ào đ-ợc trong chai.
15. Khi thấy chặn bắt đầu nổi lên trong chai thì ngừng rót.
16. Chai r-ượu chặn còn lại để trong rổ h-ớng nhãn lên trên.
17. Lúc rót r-ượu cho khách nên dùng tay trái nâng ly lên khỏi bàn phía bên phải khách
18. Giữ nguyên ly và rót 1/3 ly từ bình r-ượu.
19. Đặt rổ và chai ở bàn khách hoặc bàn phụ.

2.2.2.3. Vang bọt – Sparkling Wine

a) Phục vụ r-ượu champagne

*Chuẩn bị dụng cụ

- Bàn phụ / bàn phục vụ
- Khăn phục vụ
- Xô đá
- Ly uống Champagne.

*Các b-ớc phục vụ

1. Đem chai r-ượu Champagne mà khách đặt và xô đá tới bàn khách và đặt trên bàn phục vụ (nếu có)

2. Lấy chai r- ượu Champagne ra khỏi xô đá, lau khô và đem giới thiệu với khách phía bên trái nhân h- ướng về khách, khi khách đồng ý thì tiến hành mở.
3. Đặt chai r- ượu lên bàn phục vụ hay bàn của khách, xé nắp thiếc bọc bên ngoài ra.
4. Vặn lỏng dây kềm bằng tay phải đồng thời ngón cái tay trái giữ chặt chiếc nút chai.
5. Tháo dây kềm ra. Tr- ờng hợp nếu nút chai bị đẩy lên thì mở cả dây kềm và nút chai cùng một lúc.
6. Tay trái cầm khăn phục vụ giữ chặt nút chai và nghiêng chai một góc 45⁰ h- ướng ra phía bên ngoài.
7. Tay trái giữ chặt nút chai, tay phải xoay chai. Nút chai đ- ợc đẩy ra từ áp lực ở trong chai, ngón cái tay trái đè chặt nút chai và để cho áp lực trong chai thoát ra từ từ không gây tiếng nổ (cho nổ tùy theo yêu cầu của khách và tính chất của bữa tiệc).
8. Dùng khăn lau sạch miệng chai
9. Rót phía bên tay phải của khách đặt chai r- ượu hoặc chủ tiệc một ngụm để thử, nhãn luôn h- ướng về phía khách tay trái để sau l- ịch hoặc có thể nhắc ly ra ngoài và rót bằng tay trái.
10. Khi đ- ợc sự đồng ý của chủ tiệc mới tiến hành phục vụ khách theo tuổi tác, giới tính. Chủ tiệc đ- ợc rót phục vụ sau cùng.
11. Sau khi rót xong đặt chai r- ượu vào bình - ớp lạnh và đặt phía bên phải chủ tiệc.

2.2.2.4. Vang c- ờng hoá - Fortified Wine

Loại r- ượu vang này đơn giản đ- ợc làm tăng nồng độ lên bằng cách cho r- ượu Brandy vào trong quá trình r- ượu vang đang lên men, vang c- ờng hoá có nhiều loại khác nhau. Chủ yếu đ- ợc sản xuất ở 2 quốc gia: Tây Ban Nha - Sherry, Bồ Đào Nha – Port và có các loại nh- sau

*Manzanilla Sherry

Có 2 loại là nguyên chất và khá mạnh. Đây cũng là loại Fino Sherry sản xuất tại một thị trấn bên bờ biển gọi là Sanlucar de Barrameda.

***Amontillado Sherry**

Loại Sherry này gồm 2 loại: nguyên chất và loại có mùi hạt phỉ. Khi váng men Flor đang trên đà phát triển thì đ- ợc loại Sherry này.

***Oloroso Sherry**

Th- ờng có 3 loại chính: loại màu tối, loại nặng và ngon, loại ngọt dùng để xuất khẩu. Khi váng men Flor không phát triển chút nào thì ta đ- ợc loại Sherry này. Khi váng men trông giống nh- nó không phát triển thì cho thêm r- ợu Brandy vào và ta cũng đ- ợc một loại Oloroso Sherry.

***Amoroco Sherry**

Th- ờng có 2 loại chính: loại Amoroco kem và Amoroco nâu vàng (hay Amoroco ngọt). R- ợu Amoroco Sherry th- ờng có cho vang ngọt thêm vào

2.2.2.5. Vang mùi – Aromatized Wine

Phần lớn các loại r- ợu vang mùi là một loại Dry Vermouth nào đó với những đặc tính nh- sau:

- Thường có vị ngọt hơn
- Rượu vang mùi màu đỏ thường được sản xuất từ vang đỏ
- Chất Quinine thường được cho thêm vào khi sản xuất rượu vang mùi.

Những loại r- ợu vang mùi phổ biến là: Campari, Cynar, Dubonet, Lillet

2.2.2.6. R- ợu mùi – Liqueur

Ở Hoa Kỳ r- ợu Cordial (r- ợu bổ) th- ờng phục vụ vào cuối bữa tối, đó là thứ r- ợu mà phần còn lại của thế giới gọi là Liqueur (một thứ r- ợu ngọt). Đối với phần lớn các quốc gia nói tiếng Anh khác thì Cordials là n- ớc trái cây cô đặc trong với một số thứ nguyên liệu không còn khác. Từ Cordial có thể pha ra nhiều loại cocktail nổi tiếng nh- : Oink Squirrel, Apricot (r- ợu tiêu vị). Việc pha cồn vào các cây thuốc h- ơng thảo, các gia vị. Trái cây, vỏ cây là ph- ơng pháp tốt nhất để duy trì chất l- ợng các loại thuốc của họ.

Cho đến tận cuối thế kỷ 19 con ng- ời đã biết pha chế Liqueur của riêng họ tại nhà. Họ cho đ- ờng trái cây trong v- ờn vào r- ợu Brandy hoặc bất kỳ loại r- ợu nào họ có tại nhà.

*Một số loại r-ou Liqueurs

Còn đ-ợc gọi là loại thức uống sau bữa ăn (After Dinner Drink), vì chúng th-ờng đ-ợc phục vụ cùng với cà phê hoặc sau khi uống cà phê - là món sau cùng trong bữa ăn. Loại thức uống này đ-ợc phục vụ trong những loại Liqueur nhỏ.

Amaretto th-ờng sản xuất ở Italy từ trái mơ tuy vậy nó có mùi trái hạnh.

Anis hay Anisette đ-ợc tạo mùi bằng hạt của cây anis r-ou có mùi cam thảo. Đây là loại r-ou thay cho loại có tinh dầu apxin bị cấm.

Benedictine đ-ợc pha trộn tạo mùi bằng 27 loại h-ong thảo, thảo mộc và vỏ trái cây

Chartreuses đ-ợc tạo h-ong vị với 130 loại h-ong thảo và cây gia vị.

Cointreau là một loại Liqueur khá nặng có mùi cam. Nó cũng là một dạng của Curacao

Creme de bananes có mùi từ h-ong chuối nhân tạo

Creme Decacao đ-ợc tạo mùi từ Vanilla và hạt cacao

Creme Decassis có mùi từ quả lý chua

Crôme Dementhe th-ờng làm từ mùi bạc hà, loại màu xanh hoặc màu trắng chỉ khác nhau về màu sắc mà thôi.

Creme Denoyaux làm từ trái hạnh nên có mùi quả hạnh

Curacao đ-ợc tạo mùi từ vỏ cam

Danzig Goldwasser đ-ợc tạo h-ong vị từ cây carum (một loại cây hoa tán) hoa cẩm ch-ớng màu vàng.

Frangelico tạo h-ong vị từ hạt quả phỉ và một số loại h-ong thảo khác nữa.

Galliano tạo h-ong vị từ một số loại h-ong thảo, cây gia vị, rễ cây.

Grand marnier vỏ cam đ-ợc ngâm trong Cognac một loại r-ou khá ngon, đây tinh khiết thuộc loại Curacao

Irish mist có h-ong vị mật ong và các loại h-ong thảo khác.

Kahlua có h-ong vị cà phê

Kummel có h-ong vị lấy từ hạt carum

Maraschino tạo h-ong vị từ trái cây anh đào thuộc Dalmatian Marasca

Malibu một loại Rum của Jamaica có mùi dừa

Midori có mùi d- a của Nhật

Duzo một loại Liqueur có h- ơng vị của Anis đ- ợc sản xuất tại Hy Lạp, tuy nhiên Duzo mạnh hơn Anisette

Rock and rye r- ợ whiskey sản xuất từ lúa mạch đen với h- ơng vị từ siro đ- ờng phen cứng và một số loại trái cây.

Sambuca có h- ơng vị từ cây côm cháy, cho mùi cam thảo

Sloe gin đ- ợc tạo ra mùi từ quả mận gai

Strega có h- ơng vị lấy từ 70 loại cây h- ơng thảo và vỏ cây

Tia maria h- ơng vị lấy từ cà phê và một số loại cây gia vị

Triple sec một loại Curacao khá tinh khiết.

Absinthe r- ợ mùi h- ơng hồi đ- ợc ch- ng cất với ngải đắng (Absinthe) và có màu xanh lá cây. Nhãn hiệu Pernod

Advocaat r- ợ mùi của Hà Lan, đ- ợc ch- ng cất với các loại h- ơng thảo, đ- ờng và lòng đỏ trứng gà, r- ợ gốc là Brandy, có nồng độ 17.2% Vol

Amaretto r- ợ mùi của ý, đ- ợc ch- ng cất với hạt anh đào

Amer picon r- ợ mùi đắng, nền vang của Tây Ban Nha

Anesone r- ợ mùi h- ơng hồi, giống nh- Pastis, sản xuất tại ý

Anis h- ơng liệu chủ yếu là hồi xanh hoặc hồi ngò sao nh- Pastis, Pernod, Anises, Blanc. Anisette là r- ợ mùi có h- ơng vị hồi xanh, nồng độ 25%Vol, có độ đ- ờng cao 250 gr/l .

Aperol r- ợ mùi đắng của ý có mùi cam

Aurum có h- ơng vị cam và đ- ợc sản xuất tại ý

Besnesdictine có h- ơng vị của nhiều loại thực vật, vỏ cây và cỏ thơm, thường sử dụng rượu nên là Brandy. Những ký tự D.O.M trên nhãn chai là “Deo Optimo Maximo” theo tiếng Latin) nghĩa là “To God, Most Good, Most Great”. R- ợ Liqueur này có nguồn gốc từ thế kỷ 16 ở Bénédictine Monastery ở Pháp.

B & B là hỗn hợp của r- ợ Bénédictine và Brandy

Cassic đ- ợc làm từ trái phúc bồn tử và đ- ợc sản xuất ở Dijon Pháp

Chartreuse là r-ượu Liqueur có gốc Brandy và có h-ong thơm của các loại thực vật và cỏ thơm. Có nguồn gốc từ các giáo sĩ ở vùng Voirin Pháp và ở Tarragona ở Tây Ban Nha. Có 3 loại Chartreuse đ-ợc sản xuất:

White Chartreuse có nồng độ cồn rất cao do đó mà nó không đ-ợc phổ biến vì một vài quốc gia không cho phép nhập khẩu một số loại r-ượu Liqueur mà có nồng độ cồn cao chẳng hạn nh- quá 40 - 50% Vol

Green Chartreuse có độ cồn cao hơn Yellow Chartreuse nh-ng vẫn thấp hơn White Chartreuse.

Cherry Brandy có r-ượu gốc là Brandy, đ-ợc làm từ quả và hạt anh đào. T-ong tự có Cherry Herring đ-ợc sản xuất ở Copenhagen.

Cointreau đ-ợc biết đến nh- là Triple Sec, r-ượu có h-ong vị cam và đ-ợc sản xuất tại Pháp.

Curacao blue có h-ong vị của vỏ cam còn xanh từ vùng Curacao ở Dutch Guiana và có nguồn gốc từ Amsterdam

Dramblue có nguồn gốc từ Scotland và r-ượu nên là Whiskey cùng với hỗn hợp là các loại cỏ thơm và mật của cây thạch nam

Grand marnier có h-ong vị cam và r-ượu gốc là Cognac

Kahlúa có h-ong vị cà phê và đ-ợc sản xuất ở Mexico

Crème de banane R-ượu có h-ong vị chuối và r-ượu gốc là r-ượu mạnh nguyên chất

Crème de cacao là r-ượu Sôcôla Liqueur có h-ong vị của bột Cacao và quả Vani (Vanilla)

Crème de menthe có h-ong vị của lá bạc hà và r-ượu gốc là Cognac

2.2.2.7.R-ượu mạnh – Spirits

2.2.2.7.1. Brandy

Brandy là loại r-ượu mạnh đ-ợc ch-ng cất từ n-ớc nho lên men (r-ượu vang) và đ-ợc ủ trong thùng gỗ sồi. Còn loại Brandy khác (Fruit Brandy) thì đ-ợc sản xuất từ các loại trái cây như: táo, mận, đào,...

- Cognac là tên một vùng đất gồm 2 tỉnh Charente và Charente - Maritime, nằm ở tây nam n-ớc Pháp. Có 5 vùng trồng nho xung quanh thành phố Cognac là :

- Vùng La Grande Champagne
- Vùng La Petite Champagne
- Vùng Les Borderies
- Vùng Les Finbois
- Vùng Les Bons Boir

Vùng này có 7 giống nho khác nhau nh- ng 95% diện tích (80.000 ha) chỉ trồng một loại nho Ugni Blanc. Đây là giống nho cơ bản nhất để sản xuất ra các loại r- ượu vang, rượu mạnh khác nhau (Hennessy, Remy, Martin, Camus...).

Trong các hãng này hùng mạnh nhất là Hennessy ra đời từ năm 1765, với sản l- ượng hàng năm lên đến 88 triệu lít, chiếm 30% sản l- ượng r- ượu mạnh trên thế giới.

*Có 4 loại r- ượu vang đ- ợc dùng để cất ra r- ượu mạnh là:

- R- ượu Petite Champagne có h- ương thơm của quả nho.
- R- ượu Borderis có h- ương vị của hoa Violet
- R- ượu Grande Champagne có h- ương vị hoa nho
- R- ượu Finbois có h- ương của rừng già và vị chua của hoa khô.

Tên một số nhãn hiệu: Camus, Bisquit, Hennessy V.S.O.P, Remy Martin, Otard,, Napoleon, Martell, De Luze X.O.

*Một số ký hiệu trên nhãn chai r- ượu Cognac

Trên nhãn của chai r- ượu ng- ời ta thấy có những ký hiệu khác nhau những ký hiệu này đều mang một ý nghĩa khác nhau nh- sau:

- *** Ký hiệu ba ngôi sao là để nói lên thời gian thành tr- ởng tối thiểu của r- ượu trong chai. Đ- ợc ủ trên 1 năm

V.O (Very Old) là loại r- ượu đ- ợc ủ trên 4 năm

V.S.O.P (Very Superior Old Pale) là loại r- ượu đ- ợc ủ trên 5 năm.

RESERVE là loại r- ượu đ- ợc ủ trên 4 năm

EXTRA là loại r- ượu đ- ợc ủ trên 5 năm

X.O (Extra Old) là loại r- ượu đ- ợc ủ trên 10 năm

NAPOLEON là loại r- ượu đ- ợc ủ trên 7 năm

Thời gian r-ợu Cognac đ-ợc ủ trong thùng gỗ sồi

Thời gian ủ	***	VSOP	Napoleon	XO
Tối thiểu	3	5	7	10
Trung bình	5-9	10-18	20-35	30-50
Tối đa	15	20	45	70

Ngoài ra còn có những thông tin có giá trị đ-ợc ghi chú trên nhãn một số loại Brandy:

Fine Maison: R-ợu Brandy đặc biệt dành cho khách sạn, nhà hàng.

Fine Champagne: R-ợu Brandy sản xuất từ giống nho của vùng Grande và Petite Champagne

Grande Fine Champagne: R-ợu Brandy đ-ợc sản xuất từ nho trồng ở vùng Grande Champagne.

- Armagnac là một loại r-ợu mạnh nổi tiếng đ-ợc đánh giá là loại r-ợu có chất l-ợng gần t-ơng đ-ơng với r-ợu Cognac. Armagnac cũng là tên của một vùng ở Pháp. Sự khác nhau giữa r-ợu Cognac và Armagnac là ở trong quá trình ch-ng cất. Trong quá trình sản xuất r-ợu Cognac cả 2 lần ch-ng cất đ-ợc tách rời, ng-ợc lại r-ợu Armagnac chỉ ch-ng cất một lần ở nhiệt độ thấp. R-ợu Cognac có nồng độ hơi cao hơn r-ợu Armagnac một chút. Nh-ng sự khác nhau chủ yếu giữa 2 r-ợu Cognac và Armagnac là Armagnac đ-ợc ủ trong những thùng gỗ sồi có vân đen lấy từ vùng Gascony ở phía Tây Nam n-ớc Pháp và thời gian ủ tối thiểu phải là 10 năm, ng-ợc lại Cognac đ-ợc ủ trong những thùng gỗ sồi lấy từ vùng Limousin, một vùng ở miền trung n-ớc Pháp.

Các loại r-ợu Brandy khi cất giữ trong kho phải đ-ợc để đứng nhằm ngăn cản r-ợu có thể làm hỏng, mục nát chai. Còn r-ợu vang thì phải đặt nằm nghiêng để giữ cho nút ảm. Một chai r-ợu Cognac bụi bẩn không có nghĩa là chai r-ợu đó đ-ợc để lâu năm và đắt tiền, ng-ợc lại nó gây cho khách về sự mất vệ sinh của nhà hàng. Các loại r-ợu Brandy phải đ-ợc l- u trong kho ở nhiệt độ khoảng 15⁰C và 18⁰C và phải tránh ánh nắng mặt trời, hơi nóng và mùi mạnh.

- Fruit Brandy có rất nhiều loại Fruit Brandy khác nhau. Ng-ời ta tranh luận nhiều về các loại r-ợu nh- Apricot Brandy (r-ợu mơ). Loại r-ợu do một vài

nguyên nhân đã gây ra nhiều rắc rối cho các nhà lập pháp Hoa Kỳ đến nỗi họ phải soạn thảo cả 1 luật riêng về các loại r-ượu này. Những loại r-ượu Brandy này nhất định phải đ-ợc sản xuất trên cơ sở r-ượu Brandy vang ở trên 70⁰ chuẩn và chứa một l-ượng đ-ờng trung bình. ở các quốc gia khác các loại r-ượu có độ ngọt đ-ợc làm từ trái cây phải đ-ợc gọi là r-ượu Brandy tuy không chứa một chút r-ượu Brandy vang nào. Khi bạn mua Fruit Brandy bạn nên kiểm tra nhãn của nó nếu không thấy từ Brandy thì nó có thể là một loại r-ượu mùi chứ không phải là một loại Brandy kém phẩm chất nào cả. Vấn đề là ở chỗ mùi vị và các quy định của chính quyền.

Applejack (r-ượu táo) một sản phẩm của Hoa Kỳ đ-ợc biết đến trong thời kì cấm rượu như là “tia chớp Jersey”. Rượu này được làm từ nước táo lên men và bắt buộc phải l-u trữ ít nhất là 2 năm. Nó có thể đ-ợc đóng chai mang đúng nhãn hay đ-ợc trộn với một số loại r-ượu ch-ng cất từ ngũ cốc có nồng độ trung bình. Calvados là một loại r-ượu táo của Pháp t-ơng đ-ơng r-ượu Applejack, đ-ợc ch-ng cất từ loại n-ớc táo và loại chất l-ượng cao và đ-ợc lên men ít nhất 1 tháng (trong thời gian này toàn bộ đ-ờng trong đó đ-ợc chuyển hoá), sau đó r-ượu đ-ợc l-u kho th-ờng th-ờng từ 20 đến 40 năm.

Các loại r-ượu Brandy trái cây nổi tiếng khác và cả Eau de vie th-ờng là: R-ượu anh đào làm từ trái cherrie, r-ượu Poire William làm từ trái lê, Sliouxz làm từ mận,, Framboise đ-ợc làm từ trái mâm xôi và Fraise đ-ợc làm từ trái dâu

2.2.2.7.2 Whiskey

Whiskey là một loại r-ượu mạnh đ-ợc ch-ng cất từ các loại hạt ngũ cốc đã đ-ợc lên men, sau đó đ-ợc ủ trong thùng gỗ sồi. R-ượu Whiskey của Scotland và Irland dùng lúa mạch làm nguyên liệu chính cùng với hỗn hợp lúa mì, lúa mạch đen. Còn r-ượu Whiskey của Mỹ đ-ợc sản xuất chủ yếu từ ngô và lúa mạch đen, nh-ng trái lại Whiskey của Canada lại dùng lúa mạch đen làm nguyên liệu chính.

**Có 4 loại Whiskey chủ yếu trên thị tr-ờng:*

- Scotch Whiskey
- Irish Whiskey
- American Whiskey

- Canada Whiskey

Whiskey xuất hiện từ khi nào không ai biết chính xác. Whiskey, theo tiếng Gaelic một dân tộc sống ở Scotland có nghĩa là “nước sống” và tên Whiskey có nguồn gốc từ đó. Whiskey đã xuất hiện thế nào, cho đến bây giờ vẫn là điều huyền bí.

*Có 4 vùng sản xuất Whiskey chính:

- Vùng cao nguyên
- Vùng bình nguyên
- Vùng Islay
- Vùng campbel

Ng- ời Scotland dùng cả 2 loại ngũ cốc trồng đ- ọc ở trong n- ớc và nhập khẩu để sản xuất r- ợu Whisky. Ph- ong pháp ch- ng cất bằng máy ch- ng cất hình nổi chỉ để sản xuất Whisky làm từ mạch nha lúa mạch. Duy nhất chỉ có ở Scotch Whisky là có h- ong vị mùi khói, đó là kết quả của việc dùng than bùn để đốt lò. Scotch Whisky có loại đ- ọc ch- ng cất 2 lần, có loại 3 lần ở vùng đất thấp. Thời gian tối thiểu phải ủ r- ợu (thành tr- ởng) là 3 năm trong thùng gỗ sồi. R- ợu Blended Whisky (r- ợu pha trộn) đ- ọc sản xuất bằng cách kết hợp giữ ch- ng cất bằng máy ch- ng cất hình nổi và ch- ng cất bằng máy liên tục.

Một số nhãn hiệu: Bushmills (40%Vol), Jameson (40%Vol), Kilbeggan (40%Vol), Midleton (40%Vol), Paddy (40%Vol).

*American Whiskey là loại Whiskey của Mỹ đ- ọc sản xuất từ ngô, lúa mạch đen, lúa mạch và kê. R- ợu Whiskey của Mỹ có 7 loại:

American Bourbon Whiskey đ- ọc sản xuất ở vùng Bourbon ở tiểu bang Kentucky. Nguyên liệu dùng để sản xuất là các loại hạt ngũ cốc đ- ọc ủ lên men trong đó ngô là thành phần chủ yếu chiếm tới 51% . Sau khi ch- ng cất r- ợu đ- ọc ủ trong những thùng gỗ sồi với thời gian tối thiểu 4 năm.

American Rye Whiskey đ- ọc sản xuất từ các loại hạt ngũ cốc đã đ- ọc lên men nh- ng trong đó lúa mạch là chủ yếu, chiếm 51% và cũng đ- ọc ủ trong những thùng gỗ sồi.

American Corn Whiskey đ- ợc sản xuất từ các loại hạt ngũ cốc đã đ- ợc lên men nh- ng trong đó ngô chiếm tới 8%

American Straight Whiskey là loại Whiskey không bị pha trộn và đ- ợc ủ trong thùng gỗ sồi khoảng 2 năm.

American Blended Straight Whiskey là loại Whiskey đ- ợc pha trộn bởi hai hay nhiều loại Straight Whiskey

American bottle in Bond Whiskey là loại Whiskey không bị pha trộn đ- ợc đóng chai 100% USA Proof. Loại này đ- ợc ủ trong những thùng gỗ sồi đã qua sử dụng (thùng cũ). Thời gian ủ tối thiểu là 4 năm trong kho d- ới sự giám sát của cơ quan có thẩm quyền.

American Blended Whiskey là loại Whiskey rẻ tiền đ- ợc sản xuất từ sự pha trộn giữa Whiskey và r- ợu mạnh trung tính.

Một số nhãn hiệu: George Dickel (43%Vol), Jack Daniel's (43%Vol), Jim Beam (40%Vol), Maker's Mark (45%Vol), Wild Turkey (43.4%Vol)

*Canada Whiskey đ- ợc sản xuất từ nguyên liệu chủ yếu là lúa mạch đen nh- ng cũng sử dụng ngô, lúa mạch, lúa mì, mạch nha hay hỗn hợp của những loại trên để ch- ng cất. Canada Whiskey đ- ợc ủ tối thiểu là 5 năm đến 6 năm trong những thùng gỗ sồi. Hầu hết có nồng độ là 40%Vol, một số nhãn hiệu nh- : Canada Club, Black Velvet, McGuinness, Seagram's, Windsor Supreme.

2.2.2.7.3 R- ợu rum

R- ợu rum là một loại r- ợu mạnh, đ- ợc lên men và ch- ng cất từ mía. Th- ờng là từ mật mía. Sau khi thu hoạch cây mía đ- ợc ép lấy n- ớc và đ- ợc đun cho đến gần nhiệt độ sôi. Sau đó đ- ợc làm nguội cho đến khi thu đ- ợc một loại đ- ờng đặc, nâu và rất ngọt. Đ- ờng thu đ- ợc đ- ợc cho vào máy quay ly tâm cho đến khi đ- ờng kết tinh tách ra khỏi dung dịch. Còn lại một chất lỏng sền sệt, sậm màu và ngọt gọi là mật mía hay rỉ đ- ờng. Ng- ời ta dùng mật mía để sản xuất r- ợu Rum.

Rum là một trong vài loại r- ợu mạnh còn nhiều đặc tr- ng của nguyên liệu chính làm ra nó. Và tính chất đặc tr- ng đó tùy thuộc vào giống mía đ- ợc dùng,

tùy thuộc vào điều kiện khí hậu, đất đai mía sẽ cho độ ngọt, hàm lượng muối khoáng khác nhau.

Bên cạnh những loại Rum làm bằng mật đường còn có một số loại Rum khác được làm từ nước mía ép không qua tinh chế như các loại Rum vùng Haiti, Martinique.

*Rum được phân ra làm 4 loại chính:

➤ *White (light body rum)*: Rum không màu, dry, dịu và ít thơm hơn các loại Rum khác. Thường được gọi là light, White, hoặc silver Rum, chưng cất bằng cột (continuous still). Ủ trong thùng gỗ sồi khoảng 6 tháng, dùng để pha chế.

➤ *Gold hay Amber, medium body rum*: Thường được gọi là Gold Rum, Rum có màu vàng như màu của trà, vị đậm hơn Light Rum. Được chưng cất bằng Pot Still và thường được ủ trong thùng gỗ sồi trắng hơn một năm.

➤ *Dark, full body Rum*: Thường được gọi là Dark Rum, màu sậm, mùi vị đậm đà và có vị hơi ngọt. Được chưng cất bằng Pot Still và ủ trong thùng gỗ sồi vài năm, thường được cho thêm đường caramel vào để tạo màu sậm hơn.

➤ *Aromatic Rum*: Là Rum được cho thêm rượu vào, thường có nhãn hiệu là Captain Morgan's spice rum. Hoặc có loại rum ủ lâu năm trong thùng gỗ sồi (ít nhất 6 năm) được mang trên nhãn chữ Anejo

Rum được sản xuất ở rất nhiều nước trên thế giới, nhiều nhất là ở các nước vùng Nam Mỹ, Úc, Indonesia, Philippine. Những loại Rum được sản xuất ở vùng Caribbean. Mỗi đảo nhỏ có mỗi loại Rum khác nhau như:

- Puerto Rico: Nổi tiếng về Light Rum, Gold Rum, thường ủ ít nhất 3 năm.
- Virgin Island: Dry, Light body rum giống Puerto Rican
- Guyana: Nổi tiếng về Dark Rum, mùi vị đậm và nồng độ cồn cao như rum Demeraran độ cồn là 151 proof thường dùng để pha chế cocktail (Zombie).
- Jamaica: Thường sản xuất Dark Rum, Rum được chưng cất bằng máy chưng cất hình nồi (Pot Still) hai lần và thường ủ trong thùng gỗ sồi ít nhất là 5 năm.

➤ Martinique & Haiti: Th- ờng sản xuất loại Medium body Rum, làm từ n- ớc mía ép.

➤ Cuba: Sản xuất chủ yếu loại Light Rum.

*Các nhãn hiệu thông dụng

- Bacardi (Light Dry) - 37,5%Vol
- Bacardi (Premium Black) - 37,5%Vol
- Facundo (Ron Superior de Bacardi) - 40%Vol
- Havana Club (Cuba Rum - 3 Years Aged) - 40%Vol
- Havana Club (Cuba Rum - Extra Aged Dry - 7 Years Aged) - 40%Vol
- Captain Morgan (Black Label Jamaica Rum) - 73%Vol
- Appleton Estate Extra (Jamaica Rum - 12 Years Old) - 43%Vol
- Coruba (Original Jamaica Rum) - 74%Vol
- Myers's (Planters' Punch Brand - Jamaica Rum) - 40%Vol
- Lemon Hart (Golden Jamaica Rum) - 40%vol
- Mount Gay (Eclipse Barbados Rum) -40%Vol
- Old Pascas (Ron Blanco - West India Rum) - 40%Vol
- Saint James (Martinique)

2.2.2.7.4. Vodka

Vodka là một loại r- ợu mạnh, có nồng độ cồn cao. Đ- ợc ch- ng cất bằng continuous Still và đ- ợc lọc qua than hoạt tính cát thạch anh để lọc trong và khử mùi do đó r- ợu Vodka là loại r- ợu trung tính.

Đặc tính R- ợu Vodka ngon th- ờng có đặc tính không màu, gần nh- không mùi và vị. Khi pha chế với các thành phần khác, không làm mất đi tính chất đặc tr- ng của các thành phần đó.

Có 2 loại trên thị tr- ờng. Ngoài Nga và Balan còn có nhiều n- ớc khác sản xuất nh- Mỹ, Thụy Điển, Phần Lan, Anh.

Clear Vodka: Là loại không màu, mùi vị và rất phổ biến. Loại ngon th- ờng đ- ợc sản xuất từ nguyên liệu là ngũ cốc.

Absolut (Vodka - Country or Swenden) - 40%Vol

Gorbatschow (Vodka - Berlin 1921) - 40%Vol

Grasovka (Zubrowka Bison Brand Vodka) - 40%Vol

Moskovskaya (Russian Vodka) - 40%Vol

Moskovskaya (Crystal Russian Vodka) - 40%Vol

2.2.2.7.5. Gin

Là loại r-ợu mạnh đ-ợc ch-ng cất từ mạch nha lúa mạch, ngô, và lúa mạch đen với h-ơng thơm của quả Juniper, hạt rau ngò, rễ cây Irit, cây bạch chỉ, quế, quả hạnh, bạch đậu khấu, vỏ cam đắng, thì là, cam thảo. Gin đ-ợc l-u trữ trong thùng bằng thủy tinh và không cần phải ủ lâu năm.

Hà Lan và Anh là 2 quốc gia lớn sản xuất r-ợu Gin, một số nhãn hiệu nh- : Beefeater (40%Vol), Silver Top (37.5%Vol), Bombay (47%Vol), Finsbury (38%Vol), Gordon's (37.5%Vol), Plotmouth (37.5%Vol).

2.2.2.7.6. Tequila

Là loại r-ợu mạnh đ-ợc sản xuất độc quyền ở Mexico. Tequila đ-ợc sản xuất từ nguyên liệu chính là cây “Agave” (giống như cây xương rồng), nhựa cây sau khi đ-ợc lên men trong khoảng 10 ngày, sau đó đ-ợc ch-ng cất trong máy ch-ng cất hình nổi hai lần. Loại r-ợu này có thể đem xuất nhập khẩu ngay hoặc đ-ợc ủ trong những thùng gỗ sồi để lâu năm.

Một số nhãn hiệu: Montezuma (38%Vol), Sierra (38%Vol), Porfidio (40%Vol), Camino Real (38%Vol).

2.3. Phong cách pha chế quầy bar tại nhà hàng Focus

2.3.1. Pha chế cocktail

2.3.1.1. Lịch sử và Nguồn gốc của từ Cocktail

a) Lịch sử của r-ợu Cocktail

Cocktail là loại r-ợu đ-ợc pha trộn từ hai thứ r-ợu với nhau trở lên với nhau. Có loại có đến vài ba thứ, cũng có loại chỉ cần một thứ trộn với n-ớc trái cây, nước khoáng...

Là một loại r-ợu đã có mặt khắp nơi trên thế giới từ lâu nh-ng mãi cho đến bây giờ cũng không ai biết chính xác Cocktail xuất hiện từ thửa nào, ở đâu và ai là ng-ời đã khai sinh thức uống độc đáo này. Có tài liệu nói là Cocktail có từ thế kỷ 17.

Theo các nhà nghiên cứu về ẩm thực thì thời trung cổ, các tu sĩ, thầy thuốc và các nhà bán thuốc đã biết sử dụng rượu mạnh đậm ngâm với một số cây cỏ và hương liệu, tạo ra một số loại rượu đặc biệt có khả năng chữa bệnh và bồi dưỡng sức khỏe. Loại rượu này đã tồn tại đến ngày nay và vẫn được mọi người ưa chuộng.

Ở Pháp, vùng Charentes là nơi trồng nho nổi tiếng. Nho trồng ở đây có nguồn gốc từ những người xâm lược La Mã mang đến. Nho đã làm thay đổi tập quán của người dân địa phương, trước kia họ chỉ thích uống bia thì nay đam mê rượu vang lên men (Vang), và chỉ một thời gian ngắn, người dân Charentes đã trở thành những chuyên gia trồng nho lỗi lạc và sản xuất rượu vang tuyệt vời một loại thức uống không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của người Pháp.

Đến thế kỷ 17, những người sản xuất rượu vang đem vang chưng cất, đã biến rượu vang thành một loại rượu có nồng độ cao. Để giảm bớt độ cồn cho dễ uống người ta thêm nước trái cây, nước suối... và có lẽ đây là thời kỳ đầu của việc phát minh phương pháp pha chế các loại đồ uống mới - tiền thân của Cocktail hiện nay. Loại thức uống này được phổ biến rộng rãi và nhanh chóng đến các hải cảng vì giới thủy thủ vốn là đệ tử trung thành của “lưu linh”.

Vào năm 1890, từ ngữ Cocktail xuất hiện tại ba thành phố cảng lớn : New York, London và Liverpool. Người ta nghĩ rằng, qua những cuộc hải trình dài ngày các thủy thủ đã sáng chế ra loại thức uống mới lạ mang tên Cocktail và thức uống này đã được dân chúng tiếp nhận nồng nhiệt.

Tại Hoa Kỳ vào đầu thế kỷ 19, uống Cocktail đã trở thành phong trào rất thịnh hành và chẳng bao lâu Cocktail đã xuyên Đại Tây Dương xâm nhập Châu Âu. đến bây giờ thì Cocktail đã có mặt khắp nơi trên hành tinh.

b) Nguồn gốc của từ “Cocktail”

Cũng như lịch sử của Cocktail, từ Cocktail đến nay vẫn chưa được khẳng định do đâu mà ra. Theo người Anh thì đây là tiếng lóng ám chỉ những con ngựa đua không có cơ may thắng cuộc. Như quan hệ giữa con ngựa này với rượu Cocktail như thế nào thì không được ai giải thích cả.

Người Mexico thì cho rằng tại đất nước họ có một đại gia thích uống loại rượu do một cô gái tên Orochill phục vụ và Cocktail là tên cô gái đọc chệch ra.

Còn người Mỹ thì thường kể cho nhau nghe về nguồn gốc của từ Cocktail như sau: Thuở ở Mỹ cấm rượu, có một ông già chủ quán rượu rất say mê nuôi gà chọi. Ông có một con gà chọi rất hay bỗng một hôm gà biến mất. Sau mấy ngày tìm kiếm không hiệu quả, ông bèn nảy ra một sáng kiến treo giải thưởng, ông sẽ gả cô con gái xinh đẹp cho ai tìm được nếu là trai chảnh vợ, có vợ rồi thì ông sẽ chia cho nửa quán rượu. Chẳng bao lâu có người mang gà đến. Đây là chàng trai đã từng thường yêu con gái ông nhưng ở đây ông không nhận lời cầu hôn. Tìm được gà, giữ đúng lời hứa. Thế là một tiệc cưới linh đình được tổ chức ngày tại quán rượu vì trong quán không có một loại rượu nào có đủ số lượng để đãi khách nên ông bèn đem nhiều thứ trộn lại với nhau. Khách uống cảm thấy rất lạ miệng bèn hỏi ông đang cho họ uống loại rượu gì. Giữa lúc chảnh biết trả lời sao thì con gà chọi của ông bị con chó rượt đuổi ngoài sân, làm rụng mất một lông đuôi. Ông vội chạy ra đuổi chó và nhặt chiếc lông đưa lên buồn bã nói: Cocktail (đuôi gà). Mọi người tưởng ông trả lời về tên rượu nên hoan hô “Cocktail, Cocktail muôn năm”. Bắt đầu từ đây Cocktail ra đời.

2.3.1.2. Phân loại Cocktail

Hiện nay Cocktail được phân loại như sau :

*Phân loại theo thời điểm: có 2 loại Aperitif (Rượu khai vị), và Digestif (loại đồ uống giúp tiêu hoá).

*Phân loại theo nhiệt độ: có 2 loại Hot drink (đồ uống nóng), và Cold drink (đồ uống lạnh)

*Phân loại theo độ cồn và theo ly sử dụng: có 2 loại Short drink độ cồn từ 3cl đến 12cl (đồ uống có loại cồn thấp), và Long drink độ cồn từ 12cl trở lên (đồ uống có loại cồn cao)

*Phân loại theo nhóm có các loại sau :

➤ Loại Bucks là loại Cocktail nhẹ và mang tính giải khát, có rượu nên là Gin. Thành phần chính có rượu Gin + Lemon juice (chanh tươi) + Ginger Ale (nước gừng) + Đá.

- *Gin Buck / direct*

Glass: Long drink

- 4cl Gin
- 2cl Lemon juice
- Fill with Ginger Ale

➤ Loại Bowles là loại thức uống đ- ợc pha trộn từ r- ợu vang, trái cây t- ơi, vang bọt khi pha loại thức uống này phải tuân thủ theo nguyên tắc:

- Chỉ sử dụng loại vang nhẹ
- Chỉ dùng đá viên
- R- ợu vang bọt đ- ợc rót vào ngay tr- ớc khi phục vụ.
- Loại thức uống này không đ- ợc phép có nồng độ cồn cao, có thể cho thêm

soda vào và th- ờng đ- ợc phục vụ vào mùa hè.

*Một số ví dụ về loại Bowles

- *Mango Bowle*

Glass : Bowle glass

- 3 Ripe mangos (quả xoài chín)
- 10cl Apricot Brandy
- 8cl Brown Rum
- 2cl Oranges juice (Cam t- ơi)
- 2cl Lemones juice (Chanh t- ơi)
- 4tb Sugar (đ- ờng kính)
- 2 bottles white wine (vang trắng)
- 2 bottles Champagner (sâm panh)

➤ Collinses do Do John Collins sáng chế ra, là loại thức uống dùng để giải khát, r- ợu nên tùy thích. Hầu hết là đ- ợc pha trộn trực tiếp, trang trí là một lát chanh mỏng gắn trên miệng ly và phục vụ kèm ống hút, bao gồm :

Spirit + Lemon juice + Syrup + Soda + Ice

- *Pierre Collins / direct*

Glass : Long drink

- 4cl Brandy

- 2cl Lemon juice
- 1cl Sugar syrup
- Fill with Soda
- Trang trí : Lime slice, Cocktail cherry

2.3.1.3.Kỹ thuật pha chế các loại Cocktail

Hiện nay đã có đến hàng ngàn loại cocktail nh- ng ph- ơng pháp pha chế chỉ gồm có:

2.3.1.3.1.Ph- ơng pháp pha trực tiếp

Ph- ơng pháp này đơn giản không cần đến dụng cụ chuyên dùng. Thông th- ờng chỉ dùng cho một ng- ời uống, các thành phần đều đ- ợc cho trực tiếp vào ly.

- Chuẩn bị đầy đủ dụng cụ
- Chuẩn bị tất cả các thành phần (nguyên liệu) và sắp xếp theo thứ tự cần dùng.
- Tay phải đảm bảo vệ sinh.
- Cho đá vào 2/3 ly (ly thích hợp)
- Cho các thành phần theo công thức có sẵn và thực hiện theo công thức:
 - Các thành phần rẻ tiền tr- ớc, đắt tiền sau. Ví dụ có sự nhầm lẫn mà phải bỏ đi thì cũng giảm đ- ợc chi phí.
 - Dùng dụng cụ đo chính xác theo công thức
 - Dùng các nguyên liệu phải đảm bảo chất l- ợng.
- Phục vụ với cây khuấy bằng nhựa hoặc bằng thủy tinh
- Trang trí theo công thức
- Đem phục vụ khách ngay lập tức.

2.3.1.3.2.Ph- ơng pháp dùng ly trộn

Mục đích là nhằm trộn đều và làm sạch các thành phần.ph- ơng pháp này th- ờng đ- ợc dùng với các thành phần (nguyên liệu) dễ hoà lẫn.

- Chuẩn bị đầy đủ dụng cụ
- Chuẩn bị tất cả các thành phần và sắp xếp theo thứ tự cần dùng
- Tay phải đảm bảo vệ sinh
- Cho đá vào đầy 1/2 ly (ly trộn)

- Cho các thành phần vào theo công thức.
- Dùng muỗng chuyên dùng khuấy đều khoảng 15 giây hoặc khi tay cầm ly cảm thấy lạnh là đ- ợc. Không khuấy lâu hơn sẽ làm nhạt r- ợu.
- Khuấy xong. Đặt vơi chặn đá lên
- Rót vào ly đã đ- ợc làm lạnh
- Trang trí theo công thức
- Phục vụ khách ngay lập tức
- Rửa sạch ly trộn và để lại vị trí.

2.3.1.3.3.Ph- ong pháp dùng bình lắc

Mục đích là để trộn đều và làm lạnh các thành phần, là ph- ong pháp tốt nhất khi dùng để trộn các thành phần khó hoà trộn như : Cream (kem), trứng...

- Chuẩn bị đầy đủ các trang thiết bị, dụng cụ. Điều này nhằm hạn chế đi lại nhiều lần.

- Sắp xếp tất cả các thành phần theo thứ tự cần dùng.
- Tay phải đảm bảo vệ sinh
- Bình lắc phải sạch. Quan sát và kiểm tra xem nó đã đ- ợc dùng cho loại r- ợu mạnh mùi hay không. Nếu có thì phải rửa sạch tr- ớc khi sử dụng lại.

- Cho đá vào đầy 1/2 bình lắc.
- Cho các thành phần vào theo công thức:
- Đậy bình lắc lại, giữ chặt bằng 2 tay.
- Lắc khoảng 15' (không nên lắc lâu vì đá tan sẽ làm nhạt r- ợu). Đứng lệch xang một bên đối diện với khách. Quay phần nắp của bình lắc tránh xa khách vì lý do an toàn.

- Mở nắp bình lắc, rót ra ly. Dùng ngón trỏ để giữ phần l- ới lọc.
- Đối với những loại Cocktail cần nổi bọt thì ta có thể tăng hoặc giảm độ cao khi rót để tạo bọt.

- Trang trí theo công thức
- Phục vụ khách ngay lập tức
- Rửa sạch ly trộn và để lại vị trí

2.3.13.4. Ph- ơng pháp dùng máy xay

Dùng để làm với số l- ợng nhiều đặc biệt là những loại Cocktail mà các thành phần trong đó cần đ- ợc xay nhuyễn hoặc ở dạng lỏng. Cho đá bào và các thành phần vào máy xay. Xay xong hỗn hợp đ- ợc rót trực tiếp vào ly.

2.3.1.4. Trang trí ly Cocktail

Phần trang trí chiếm 1/3 giá trị của ly cocktail. Một ly cocktail nếu không đ- ợc trang trí gì cả hoặc trang trí một cách vụng về, r- ờm rà, màu sắc không hài hoà thì chẳng khác nào một đĩa thức ăn đ- ợc nấu n- ớng ngon lành nh- ng trông không đẹp mắt, vì thiếu cộng rau, lá hành màu xanh, trái ớt tía hoa màu đỏ ... trên đĩa. Trang trí vừa làm cho ly cocktail thêm đẹp và cũng vừa kích thích khẩu vị. Trang trí là cả một nghệ thuật mà ng- ời pha chế r- ợu cocktail cần phải quan tâm.

**Nguyên liệu dùng để trang trí bao gồm:*

Trái cây phải luôn dùng trái cây t- ươi, và phải đ- ợc rửa sạch, vật dùng làm trang trí phải đẹp và hấp dẫn, màu sắc phải hài hoà. Ngoài việc làm đẹp mắt, còn tạo cho khách cảm giác đ- ợc th- ưởng thức h- ạng vị trái cây t- ươi.

Các loại trái cây chính dùng để trang trí:

- Lemon (chanh vàng)
- Lime (chanh xanh)
- Orange (cam)
- Cherry (quả anh đào)
- Pineapple (dứa)
- Star fruit (khế)

Các nguyên liệu khác

- Trái cây ngâm đ- ờng
- Muối
- Đ- ờng, đ- ờng màu
- Que nhựa trang trí
- Các vật liệu khác

2.3.1.5. Pha chế thức uống nóng có cồn

Vào những tháng mùa đông nhu cầu về thức uống nóng cao. Hầu hết các loại r-ợu mạnh đều đ-ợc cho thêm n-ớc nóng, đ-ờng, chanh, và đỉnh h-ơng. Loại r-ợu mạnh đ-ợc dùng theo yêu cầu của thức uống còn cơ bản thì giống nhau.

VD : Hot Whisky & Hot Port, đây là hai loại thức uống nóng rất phổ biến đ-ợc phục vụ trong các quầy Bar vào mùa đông.

- Chọn ly có chân, sạch, không bị nứt mẻ,
- Làm nóng ly sơ qua bằng cách bỏ muống cà phê vào trong ly và đổ đầy 1/2 ly n-ớc sôi. Bỏ muống cà phê vào là để tránh ly bị nứt khi cho n-ớc sôi vào.
- Đổ n-ớc sôi ra
- Dùng dụng cụ đong Whisky hoặc Port
- Cho một muống đ-ờng nâu vào
- Rót n-ớc sôi vào và cho một lát chanh, đỉnh h-ơng.
- Khuấy đều cho tan đ-ờng và phục vụ với cây khuấy.

2.3.1.6. Sự phối hợp các nguyên liệu pha chế

Nhóm 1 : các loại n-ớc trái cây (n-ớc cam, chanh, dứa)

Trong nhóm này, để tạo vị chua hơn n-ớc cam có thể trộn lẫn với n-ớc chanh. Nh-ng nên hạn chế n-ớc cam trộn lẫn với n-ớc dứa nếu có thể. Nhóm này kết hợp tốt với nhóm r-ợu ch-ng cất từ thảo mộc (nhóm 5), sirô (nhóm 2), đem lại vị ngọt và màu sắc của thức uống.

Nhóm 2: Sirô

Sirô để dùng để tạo ngọt và h-ơng vị cho thức uống, sirô sẽ mất đi tác dụng khi sử dụng 2 loại sirô khác nhau. Chẳng hạn khi pha chế sirô với nhóm r-ợu mùi 8 thì có thể làm ảnh h-ởng đến h-ơng vị và màu sắc của ly thức uống.

Nhóm 3: Trứng , sữa và Kem

Không nh- những nhóm khác, ngoại trừ kết hợp với sữa - kem. Những thành phần nguyên liệu khác đều dễ hoà trộn. Egg Nogg, là loại thức uống trong thành phần có sự kết hợp sữa và trứng

Nhóm 4: R-ou vang và các loại r-ou khác sản xuất từ nho gồm (Cognac, Brandy, Armagnac, Vermouth, Marsala, Bitters, Sherry và Port.)

Trong nhóm này, cũng như trong nhóm 3, các loại r-ou có thể kết hợp được với nhau. Tuy nhiên chú ý khi kết hợp những sản phẩm từ nho như Cognac với vang bọt, r-ou đắng. Một số sự kết hợp có thể mang lại kết quả không tốt nhưng điều này chỉ có thể áp dụng đối với một số loại r-ou vang nhất định, chẳng hạn Cognac có thể kết hợp tốt với vang bọt. Có thể dùng r-ou mùi để pha chế với các thành phần khác như Gin (nhóm 5), Whisky và Vodka (nhóm 6), Rum (nhóm 7), phối hợp tốt với nhóm r-ou mùi (nhóm 8). Tuy nhiên không nên dùng Cognac để pha trộn với Vodka hay Whisky.

Nhóm 5: R-ou ch-ng cất từ thảo mộc như Gin, Genever, Steinhager)

Các loại r-ou ch-ng cất với hương liệu thảo mộc kết hợp tốt với các loại nước cam, chanh (nhóm 1). Cũng như có thể kết hợp tốt với các loại r-ou thuộc (nhóm 4), nhưng với r-ou Cognac thì cần tránh. Kết hợp hoàn hảo với r-ou mùi ở (nhóm 8). Cần tránh khi pha trộn với trứng và sữa (nhóm 3), với Whisky (nhóm 6) và Rum (nhóm 7).

Nhóm 6: Các loại r-ou ch-ng cất từ ngũ cốc như (Whisky, Vodka, Aquavit, Arrack)

Các loại r-ou có nguồn gốc từ ngũ cốc không thể kết hợp được với nhau. Whisky kết hợp với Vermouth là sự kết hợp tuyệt vời. Nhưng Vodka lại thích hợp với nhóm 1 và 2. Whisky có thể kết hợp tốt với các nhóm r-ou 3 và 4. Nhóm này không nên pha chế với r-ou ch-ng cất từ hương thảo (nhóm 5) hoặc các loại r-ou ch-ng cất từ cây, trái cây (nhóm 7). Vodka rất phù hợp với r-ou ở nhóm 8, tuy nhiên với Whisky và r-ou mùi thì phải cẩn thận.

Nhóm 7: R-ou ch-ng cất từ trái cây và thực vật bao gồm (Rum, Calvados, Kirsh, Tequila, Barack và Framboise)

Các loại r-ou thuộc nhóm này rất phù hợp với nhóm 1, 2 và 3. Chẳng hạn như Rum kết hợp tốt với nước cam, chanh hoặc dứa. Tương tự, một số loại Rum của Jamaica có thể kết hợp tốt với sữa. Mặt khác nên lưu ý khi phối hợp Rum với các loại r-ou thuộc nhóm 4, r-ou mùi nhóm 8 và các loại r-ou ch-ng cất trong

nhóm. Các loại r- ọu này có mùi rất mạnh dễ làm lẫn át các loại khác trong nhóm 5, 6, 7 và 8.

Nhóm 8: R- ọu mùi

Nhóm này kết hợp hoàn hảo với các loại r- ọu gốc thảo mộc (nhóm 5) và si rô nhóm 2 cũng nh- các nhóm khác, làm tăng h- ơng vị của thức uống. Tuy nhiên sẽ gặp khó khăn khi dùng các loại r- ọu cùng nhóm. Chẳng hạn các loại r- ọu có đặc tính mùi mạnh khi pha chế với nhau sẽ làm mất tác dụng h- ơng vị của chính nó. Do vậy không cần thiết pha trộn r- ọu mùi với nhau.

Nói chung, hầu nh- tất cả các loại r- ọu trong nhóm này đều đ- ợc dùng, kể cả với l- ợng nhỏ để tạo h- ơng, vị ngọt, màu sắc cho tất cả các thành phần trong các nhóm khác.

2.4. Xây dựng phong cách mới tại nhà hàng Focus - Hải Phòng

Nhà hàng Focus là một trong những đơn vị đi tiên phong về đổi mới phong cách pha chế đồ uống cũng nh- phong cách phục vụ khách hàng trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ ăn uống. Từ khi mới thành lập nhà hàng với sự chỉ đạo đúng đắn chính xác của ban giám đốc với ph- ơng châm phục vụ khách hàng là trên hết vì vậy nhà hàng không ngừng phát triển với l- ợng khách nhà càng tăng, doanh thu ngày càng lớn, với sự đầu t- mạnh mẽ về cơ sở vật chất cũng nh- các trang thiết bị phục vụ khách hàng, một trong những bộ phận đ- ợc coi trọng đó là bộ phận quầy bar, quầy bar có thể nói là nơi quan trọng nhất của một nhà hàng đó là bộ mặt của nhà hàng nhận thấy tầm quan trọng nh- vậy ban giám đốc đã đầu t- trang thiết bị với thiết kế quầy bar sao cho tạo nên một phong cách riêng rất Focus. Là một trong những nhà hàng sang trọng trên địa bàn thành phố Hải Phòng vì vậy ở đây phải xây dựng cho mình một phong cách pha chế rất chuyên nghiệp. Phong cách pha chế ở đây đ- ợc xây dựng dựa trên các đặc điểm nh- sau.

2.4.1. Về phong cách phục vụ khách hàng

Đây là một trong những yếu tố rất quan trọng trong việc thu hút khách hàng, để xây dựng một phong cách phục vụ mới nhằm tạo ra chất l- ợng phục vụ của nhân viên nhà hàng Focus đã có những thay đổi để tạo ra nét riêng của

Focus. Hiện nay nhà hàng đã may cho đội ngũ nhân viên mỗi ng-ời 2 bộ đồng phục kiểu mới với màu sắc đặc tr-ng của Focus là màu sữa và màu hồng (màu cà rốt) đã tạo cho nhân viên một phong cách rất chuyên nghiệp. Phong cách về nghiệp vụ phục vụ khách hàng, đối với nhân viên của nhà hàng nói chung và nhân viên pha chế nói riêng, nhà hàng đã có những buổi tập huấn nghiệp vụ cho các bộ phận nh- bộ phận bàn, còn riêng bộ phận bar nhà hàng cũng giới thiệu cho nhân viên đi bồi d-ỡng kiến thức, học hỏi kinh nghiệm ở các địa điểm nổi tiếng của thành phố hay các tr-ờng nghiệp vụ du lịch của thành phố.

2.4.2. Về chất l- ượng sản phẩm

Nhà hàng đặc biệt chú trọng đến chất l- ượng của các loại đồ uống, điều này phụ thuộc rất nhiều vào nhân viên pha chế, khi pha chế nhân viên có tay nghề cao thì sẽ biết đ-ợc sản phẩm đó mình làm ra nh- thế nào có các biện pháp xử lý nhanh, một sản phẩm đ-ợc coi là có chất l- ượng là những loại sản phẩm mà ng- ời tiêu dùng chấp nhận nó, sản phẩm đó phải đạt tiêu chuẩn thì mới đ-ợc mang ra phục vụ khách hàng. Chính vì chú trọng đến chất l- ượng sản phẩm mà lãnh đạo nhà hàng luôn kiểm tra th- ờng xuyên tình trạng pha chế đồ uống của nhân viên, th- ờng xuyên có những chỉ đạo sáng suốt tạo ra một sản phẩm có chất l- ượng. Việc kiểm tra chất l- ượng đồ uống ban lãnh đạo nhà hàng còn yêu cầu chặt chẽ từ khâu nhập nguyên liệu, nguyên liệu nhập phải t- ươi ngon, có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng.

2.4.3. Sáng tạo đồ uống mới

Bằng những kinh nghiệm thực tế đã đ-ợc tích lũy trong thời gian làm việc tại nhà hàng và các loại đồ uống có sẵn trong thực đơn, bản thân em cùng với nhân viên pha chế của nhà hàng đã tự tìm tòi và sáng tạo ra một số đồ uống mới và đã đ-ợc lãnh đạo nhà hàng đồng ý và đã đ- a vào sử dụng đ-ợc khách hàng chấp nhận điều đó đã bổ sung thêm menu làm phong phú sản phẩm của nhà hàng, làm cho khách hàng nhiều cơ hội để lựa chọn. Tên của các loại đồ uống mới đều do những ng- ời sáng tác ra đặt tên.

Hiện nay trong menu đồ uống của nhà hàng, mỗi một dòng đồ uống đều có một sản phẩm đặc tr-ng, đó là điều khác biệt và cũng là phong cách riêng của nhà hàng.

2.4.3.1. Cà phê Focus

Hiện nay nhà hàng sử dụng hai loại cà phê là Phát Tài và Trung Nguyên (chế phin 4) đ- ợc trộn với tỷ lệ 7/3 (70% Phát Tài 30% Trung nguyên) đã tạo ra một h- ơng vị đậm đà và thơm ngon. Dựa trên h- ơng liệu này nhân viên pha chế của nhà hàng đã tạo ra một loại đồ uống có tên cà phê Focus

- Cà phê Focus là loại đồ uống mới của Focus nguyên liệu gồm có sữa t- ơi, Kalua, Malibu, Bailey và cà phê đối với loại đồ uống này cũng đ- ợc pha chế hỗn hợp với tỉ lệ nhất định và đ- ợc rót tầng theo thứ tự. Đặc điểm của loại đồ uống này là có 3 tầng, tầng thứ nhất là màu trắng sữa, tầng thứ hai màu đen cà phê, tầng thứ ba là màu nâu. H- ơng vị của loại đồ uống này có h- ơng vị ngọt dịu của sữa t- ơi, thơm nồng của r- ợu Bailey, r- ợu Malibu mang lại cho cà phê Focus h- ơng vị thơm của dứa, vị cay nồng của Kalua và đ- ơng nhiên h- ơng vị chủ đạo của cà phê Focus chính là h- ơng vị đậm đà của cà phê mà nhà hàng đang sử dụng. Cũng bởi chính h- ơng vị cà phê này nó đã tạo nên một điều khác biệt, độc đáo mà bạn không thể tìm thấy ở bất kỳ quán cà phê nào chỉ khi đến với Focus, mà giá của sản phẩm này chỉ có 25 000đ/1y.

2.4.3.2. Trà Focus

Hiện nay nhà hàng đang sử dụng các loại trà mang nhãn hiệu Lipton, Dihmal đó là những nhãn hiệu trà có th- ơng hiệu lớn và đ- ợc khách hàng yêu thích. Những loại trà này đơn thuần chỉ đ- ợc pha chế theo cách thức nóng hay đá, nh- ng đến với Focus bạn sẽ đ- ợc th- ờng thức một loại trà mang h- ơng vị hoàn toàn mới, hoàn toàn khác lạ đ- ợc pha chế dựa trên h- ơng vị của các nhãn hiệu trà Lipton, Dihmal.

Trà Focus, nguyên liệu chính gồm có trà, sữa t- ơi, Blue Cucacao, sirô bạc hà, đ- ờng cô đặc, đá viên. đ- ợc pha chế nh- sau: cho sữa t- ơi, đ- ờng, siroo bạc hà, Blue cucacao và đá viên vào bình lắc xong đổ ra ly Poco khoảng 60% ly sau đó ngâm trà đổ nhẹ từ từ vào ly tạo ra ba lớp, lớp d- ới cùng màu xanh lớp giữa màu nâu của trà và lớp trên cùng màu xanh nhạt. H- ơng vị của trà Focus có h- ơng vị cay de mát của bạc hà, tạo ra cảm giác sảng khoái khi th- ờng thức đồ

uống này, ngoài ra còn có hương vị của trà đặc trưng của Lipton hay Dilmal và màu sắc của Blue cocoa cũng tạo cho ly trà một phong cách mới.

2.4.3.3. Sinh tố Focus

Sinh tố là một thức uống phổ biến thơm ngon, mát bổ thích hợp với mọi lứa tuổi bởi nguyên liệu chính là hoa quả. Mỗi loại hoa quả đều có những hương vị, màu sắc khác nhau, nắm bắt nhu cầu của khách hàng bản thân em đã mạnh dạn sáng tạo ra một thức uống mới mang tên sinh tố Focus. Thức uống mới này hiện nay được coi là thức uống chủ đạo của nhà hàng, nguyên liệu chính gồm có; quả bơ, quả măng cầu và quả xoài.

Sinh tố Focus với 3 hương vị hoa quả khác nhau, tạo thành 3 lớp hoa quả với 3 màu sắc hấp dẫn; màu xanh của bơ, màu trắng của măng cầu, màu vàng tươi của xoài. Thành thức trong cùng một ly nước với vị béo ngậy của quả bơ, vị chua dịu của quả măng cầu, vị thơm ngọt của xoài đó quả thực là một điều rất thú vị. Nếu chỉ đơn giản là sinh tố Focus được tạo bởi 3 loại hoa quả, thì chắc chắn những nơi khác họ cũng sẽ làm theo được, và như vậy thì sinh tố Focus không còn là thức uống độc quyền của Focus.

Điều độc đáo nét tinh tế nằm trong cách thức pha chế, thông thường sinh tố được tạo bởi những phụ liệu như; sữa đặc, sữa tươi, nước cốt dừa, đường cô đặc, đá xay, nhưng sinh tố Focus thì được pha chế theo công thức hoàn toàn khác. Nhân viên pha chế đã giảm tỉ lệ sữa đặc, không cho đường không cho đá, thay vào đó là kem tươi, và tăng tỉ lệ cốt dừa. Kem tươi chính là thành phần quan trọng và đó cũng chính là thành phần chính tạo nên hương vị riêng của sinh tố Focus.

2.4.3.4. Nước ép Focus

Nhắc đến nước ép là nhắc đến các loại đồ uống được lấy ra từ các loại hoa quả tươi, nguyên chất. Không giống như sinh tố hoặc các loại đồ uống khác khi pha chế thì phải kèm thêm một số nguyên liệu khác, nước ép là thức uống 100% hoa quả tươi nguyên chất, tùy khi có yêu cầu của khách có thể thêm đá hoặc đường.

Riêng với nước ép Focus là một loại thức uống tổng hợp của những hoa quả chọn lọc gồm có nho mỹ, táo, dưa và cộng thêm chút hương vị của dưa hấu (chanh).

Cách thức pha chế n-ớc ép Focus tất cả các loại hoa quả đã đ-ợc sơ chế sạch sẽ táo phải gọt vỏ, dứa phải tủa mắt, cho tất cả vào ép lấy n-ớc rót ra ly, sau đó cho thêm chút r-ợu melon. Điều độc đáo mới lạ của n-ớc ép Focus là màu sắc và h-ơng vị độc đáo của nó, màu sắc của n-ớc ép Focus có màu hồng và vị thơm của dứa, táo, nho cộng với h-ơng vị nồng của r-ợu melon (chanh) tạo nên một h-ơng vị rất hấp dẫn.

2.4.3.5.Kem t-oi Focus

Đến với Focus tôi chắc rằng bạn sẽ bị hấp hồn bởi những ly kem đ-ợc trang trí bắt mắt, với những màu sắc hấp dẫn. Kem t-oi Focus gồm có những h-ơng vị; kem dâu tây, kem sầu riêng, kem khoai môn, kem sữa, kem xoài, kem sôcôla... tùy theo sở thích của mỗi khách hàng, lựa chọn cho mình những h-ơng vị riêng. Nét độc đáo của kem t-oi Focus là mỗi ly kem đều có thêm h-ơng vị của r-ợu Bailey, sôcôla t-oi, mật ong và những hoa quả đ-ợc cắt tỉa và trang trí đẹp mắt, chính những điều đó đã tạo lên sự khác biệt giữa ly kem Focus với ly kem khác.

*Ngoài những sản phẩm đồ uống trên nhà hàng còn có những loại đồ uống đặc biệt đ-ợc bán trong tháng hay vào các ngày lễ nh- :

- Focus Beauty nguyên liệu gồm có Vodka, n-ớc dứa, n-ớc cam, n-ớc chanh và Blue cucacao.

*Đối với các ngày lễ thì có các loại đồ uống đặc biệt chúng đều mang h-ơng vị của tình yêu tạo lên một cảm giác rất lãng mạn đối với các đôi tình nhân.

- I love you gồm có Bailey, kalua, galiano
- My love nguyên liệu gồm có Rum, Whisky, dứa, cam
- Honey bao gồm Vodka, rum, Apricot, n-ớc cam, n-ớc dứa, galiano
- Đêm tình Seven up, n-ớc chanh, sữa chua, Grinnatine

2.5. Tiểu kết

Từ khi ra đời đến nay, nhà hàng Focus đã dần khẳng định đ- ợc vị thế của mình trên thị tr- ờng nhờ những đặc thù kinh doanh ăn, uống. Thông qua khảo sát thực tế tại nhà hàng và phân tích tình hình doanh thu cho thấy nhà hàng Focus đang kinh doanh hiệu quả.

Trong ch- ơng 2 của đề tài nghiên cứu khoa học, em đã tìm hiểu đ- ợc cơ cấu tổ chức của nhà hàng cũng nh- chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận và qua ch- ơng này em cũng tìm hiểu rõ thêm về các loại đồ uống có trong nhà hàng, một số loại cocktail, đặc biệt hiểu rõ thêm về phong cách phục vụ quây bar trong nhà hàng. Qua đó, có thể thấy đ- ợc tính chuyên nghiệp, trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên pha chế tại đây. Chính nhờ điều này đã giúp cho nhà hàng khẳng định đ- ợc uy tín của mình trên thị tr- ờng và tạo niềm tin cho khách hàng.

Để nhà hàng luôn luôn là sự lựa chọn tin cậy của mọi thị tr- ờng khách, em xin nêu ra một số đánh giá và giải pháp nhằm nâng cao kĩ thuật cũng nh- nhiệm vụ pha chế tại nhà hàng ở ch- ơng 3 tiếp theo.

CH- ONG 3

MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ KIẾN NGHỊ

3.1. Những - u điểm của nhà hàng Focus tại Hải Phòng

3.1.1. Vị thế của nhà hàng Focus - Hải Phòng

Nhà hàng Focus - Hải Phòng vị thế rất thuận lợi, nằm ngay trung tâm thành phố, khu phố Minh Khai là khu nổi tiếng của thành phố Hải Phòng về kinh doanh nhà hàng, với những quán cà phê gần sát nhau từ đầu phố đến cuối khu phố. Tại nhà hàng Focus có đầy đủ các món ăn, đồ uống cho sự lựa chọn đa dạng, phong phú của khách hàng, từ các món ăn Á đến các món ăn Âu với sự chế biến điêu luyện, lành nghề của đầu bếp nổi tiếng đến từ thành phố Hồ Chí Minh, Hà nội...

Là một nhà hàng nằm trong khu phố trung tâm của thành phố Hải Phòng với lượng khách dồi dào, nhà hàng Focus có các điều kiện tốt nhất để phát triển trong tương lai.

3.1.2. Trang thiết bị của nhà hàng Focus

Nhà hàng Focus đã đi vào hoạt động hơn ba năm nên trang thiết bị của nhà hàng đã tương đối ổn định, hiện đại và đồng bộ. Nhờ mới phát triển mà nhà hàng đã đúc kết được những kinh nghiệm thực tế từ những nhà hàng khác trên địa bàn thành phố, trang thiết bị của nhà hàng đều là những thứ hiện đại nhất hiện thời.

Những dụng cụ của nhà hàng 100% là nhập ngoại, đạt tiêu chuẩn, chất lượng dụng cụ của nhà hàng cao cấp, độ bền và chất lượng về màu sắc, thời gian sử dụng.

Cách bố trí mỹ thuật tại nhà hàng cũng được đánh giá cao. Màu sắc kết hợp hài hòa giữa màu vàng nhạt ấm cúng của màu nắng, màu xanh của biển sóng và màu nâu của đất. Bên cạnh đó, cách bố trí có những nét chấm phá tạo phong cách ấn tượng, thể hiện qua những bức tường với những đường cong tương đối đẹp mắt mang lại không gian rộng rãi thoải mái cho khách, các lọ hoa đặt trên bàn ăn,

những dụng cụ rất nhỏ nh- : lọ gia vị, gạt tàn cũng đ- ợc chú ý cách bài trí. Những dụng cụ này đ- ợc lựa chọn rất kĩ l- ỡng cả về chất l- ượng và nơi xuất xứ.

Đặc biệt, các loại đèn trang trí trong nhà hàng đ- ợc trang trí tinh tế, tạo sự sang trọng, tất cả đều đ- ợc nhập từ n- ớc ngoài. Ở khung cảnh của nhà hàng đ- ợc trang trí là những đèn chùm hình lăng hoa thật rực rỡ, tráng lệ; còn ở các góc nhà là những chậu hoa cây cảnh trông rất tự nhiên. Bên cạnh đó là hệ thống âm thanh nhẹ nhàng, hiện đại, du d- ơng, đ- ợc hoạt động liên tục với những bản nhạc nhẹ của các nghệ sĩ nổi tiếng trong và ngoài n- ớc.

3.1.3. Về nguồn nhân lực tại nhà hàng Focus

a) Về đội ngũ lãnh đạo tại nhà hàng Focus

Đội ngũ lãnh đạo tại nhà hàng Focus là những ng- ời có trình độ chuyên môn nghiệp vụ, đã qua tuyển chọn của cấp trên. Khi làm việc tại nhà hàng, họ đ- ợc trang bị những thiết bị cần thiết cho công việc.

Phòng lãnh đạo nhà hàng ở tầng 3 của nhà hàng, đ- ợc bố trí những tiện nghi thiết yếu cho công việc nh- : máy vi tính, điện thoại, fax, bàn làm việc, điều hoà...

Tại nhà hàng, có đồng phục riêng cho đội ngũ lãnh đạo từng bộ phận. Với đội ngũ lãnh đạo mặc đồng phục, cả nam và nữ đều mặc veston màu tối, có đeo cavat đối với nam và đeo nơ đối với nữ.

Đội ngũ lãnh đạo nhà hàng sáng tạo, nhiệt huyết, có tinh thần trách nhiệm, có năng lực lãnh đạo, có chuyên môn nghiệp vụ, lòng say mê nghề nghiệp.

Đối với nhân viên của mình, đội ngũ lãnh đạo đã đ- a ra những chế độ đãi ngộ thoả đáng, tạo đ- ợc niềm tin với toàn thể nhân viên, giúp cho nhân viên luôn thoải mái, yên tâm làm việc. Và đối với cả những nhân viên thực tập tại nhà hàng, ban lãnh đạo cũng rất quan tâm, chỉ bảo cặn kẽ về nghiệp vụ cho các nhân viên, động viên họ khi mới vào làm ch- a quen việc.

b) Về đội ngũ nhân viên pha chế tại nhà hàng Focus

Đối với nhân viên pha chế, đ- ợc trang bị đồng phục đối với cả nam và nữ là mặc quần âu màu đen, bên trong mặc áo sơ mi trắng, bên ngoài là áo ginê màu đen, đ- ợc điểm thêm những đ- ờng viền màu vàng kim tuyến ở viền áo, đi giày đen. Nhân viên nữ luôn búi gọn tóc bằng những chiếc kẹp xinh xắn màu đen,

nhân viên nam luôn đảm bảo đầu tóc gọn gàng, sạch sẽ. Đồng phục của nhân viên bar tạo cho khách hàng một cảm giác dễ chịu vì đó đều là những màu trầm, nhẹ nhàng.

Tuy mới vào nghề, nh- ng có thể nói rằng đội ngũ nhân viên phục vụ quầy bar tại nhà hàng rất năng động, hình thức - a nhìn, trẻ trung, có tinh thần trách nhiệm cao, nắm vững đ- ọc những kĩ thuật, nghiệp vụ pha chế cơ bản, trình độ ngoại ngữ khá tốt.

Phần lớn nhân viên của nhà hàng đều có xe máy đi làm, đảm bảo đúng giờ giấc làm việc cho nhân viên.

Nhìn chung, nhà hàng Focus có rất nhiều thuận lợi để có thể phát triển bền vững lâu dài tại địa bàn thành phố Hải Phòng. Tuy nhiên, bên cạnh đó nhà hàng cũng không tránh khỏi một số tồn tại cần l- u ý nh- sau.

3.2. Một số tồn tại của nhà hàng Focus

3.2.1. Trang thiết bị tại bộ phận Bar của nhà hàng Focus

Trang thiết bị của nhà hàng tuy còn mới nh- ng do thời gian sử dụng lâu nên có một số điểm cần chú ý:

- Hệ thống chiếu sáng của nhà hàng đã đủ sáng và t- ong đối dễ chịu. Tuy vậy, do kiến trúc không gian của nhà hàng rộng nên có những nơi không gian t- ong đối thấp và tối, ánh đèn ở đó ch- a đủ độ sáng.

- Một số loại thiết bị máy móc còn ch- a đủ để đáp ứng nhu cầu của khách nh- : máy pha cà phê không có hiện vẫn còn pha bằng tay, những lúc khách đông dùng cà phê nhiều cho nên ch- đáp ứng đ- ọc tốc độ ra đồ, tủ bảo quản nguyên vật liệu còn bé hiện nay ch- a chứa hết nguyên vật liệu.

- Các dụng phục vụ nh- thìa, cà phê, thìa hoa quả dầm vẫn còn thiếu ch- a đ- ọc mua bổ sung.

- Ngoài ra hiện nay nhà hàng ch- a áp dụng những dụng cụ chuyên dụng vào làm việc và pha chế các loại đồ uống, các loại máy móc phục vụ cho pha chế nh- máy xay, máy ép, máy vắt do vẫn còn thiếu hoặc do đã dùng lâu nên đôi khi sử dụng không đạt tiêu chuẩn.

3.2.2. Nguồn nhân lực tại bộ phận bar của nhà hàng Focus

3.2.3.1. Về đội ngũ Quản lý, Giám sát của quầy bar cũng nh- của nhà hàng

Đội ngũ lãnh đạo của nhà hàng tuy đ- ợc đào tạo và tuyển chọn kỹ l- ỡng nh- ng do tính chất công việc của nhà hàng cho nên nhiều ng- ời không đáp ứng đ- ợc công việc, với lại đội ngũ quản lý, giám sát luôn phải tuyển mới nên khó tránh khỏi việc một số lãnh đạo còn thiếu kinh nghiệm xử lý thực tế, dẫn đến hiệu quả công việc ch- a cao.và đội ngũ lãnh đạo ch- a đ- ợc trẻ hoá tại nhà hàng ch- a cao.

Ngoài ra đội ngũ lãnh đạo của quầy bar hiện nay vẫn còn mỏng hiện nay quầy bar của nhà hàng có một ng- ời là tr- ờng quầy cho nên với quy mô của nhà hàng nh- hiện nay la vẫn còn thiếu không đáp ứng đ- ợc với việc quản lý của quầy.

3.2.4.2. Về đội ngũ nhân viên phục vụ bar

Nhân viên phục vụ bar của khách sạn đều có độ tuổi d- ới 23, có lòng nhiệt tình của tuổi trẻ, tuy nhiên đó cũng là những trở ngại của bộ phận nhà hàng. Do nhân viên ch- a có nhiều kinh nghiệm trong quá trình phục vụ khách nên đôi lúc ch- a làm khách hài lòng. Ví dụ, khi khách hỏi về các loại đồ uống nh- ng nhân viên ch- a biết ứng sử làm cho khách hài lòng.

Do đặc thù của nhà hàng, thị tr- ờng khách chủ yếu của nhà hàng là tất cả khách có nhu cầu nh- ng có nhiều khách n- ớc ngoài nh- khách Trung quốc, Anh, Pháp ... nh- ng do nhân viên trình độ ngoại ngữ còn hạn chế cho nên quá trình phục vụ khách vẫn ch- a đ- ợc chu đáo

Đội ngũ nhân viên có tinh thần làm việc tốt nh- ng ý thức tự giác ch- a cao những lúc vắng khách vẫn còn nói chuyện to trong quầy, nô đùa làm ảnh h- ờng đến không gian của nhà hàng.

Vừa mới tốt nghiệp từ các tr- ờng trung cấp nghề, cao đẳng hay đại học trên địa bàn thành phố Hải Phòng, nhân viên pha chế tại nhà hàng tuy đã nắm vững các kỹ thuật, công thức pha chế trong nhà tr- ờng, nh- ng vẫn ch- a đ- ợc thành thạo, chuyên nghiệp.

3.2.5. Kỹ thuật pha chế đồ uống tại nhà hàng Focus

Hiện nay nhà hàng Focus đang sở hữu mọi đội ngũ nhân viên pha chế có trình độ nghiệp vụ tốt luôn đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng, nh- ng cũng cần có những yêu cầu về nghiệp vụ kỹ thuật pha chế đồ uống rất chặt chẽ để nâng cao tay nghề.

Nhân viên pha chế cần nắm vững về nghiệp vụ pha chế sản phẩm các loại đồ uống nh- sinh tố, ép... hay công thức các loại cocktail thông dụng đ- ợc bán trong nhà hàng.

Nắm vững công thức pha chế cũng nh- quy trình làm sản phẩm sao cho pha chế một cách nhanh nhất và phải luôn luôn cập nhật những loại đồ uống mới và tìm hiểu xem có thể phục vụ khách đ- ợc không, và phải tạo ra những sản phẩm mới làm thay đổi phong cách bổ sung cho menu đồ uống ngày càng phong phú.

3.3. Nguyên nhân

Là do thành phố Hải Phòng còn thiếu các tr- ờng chuyên ngành du lịch để đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho việc phát triển du lịch thành phố. Vì thế mà nhà hàng Focus cũng gặp khó khăn trong việc tuyển chọn nhân viên đã đ- ợc đào tạo qua các tr- ờng chuyên ngành du lịch.

Là một nhà hàng độc lập cho nên trình độ, kinh nghiệm của nhân viên vì thế mà còn hạn chế. Môi tr- ờng làm việc, tiếp xúc với khách hàng của nhân viên ch- a lâu, nên ch- a đúc kết đ- ợc nhiều kinh nghiệm thực tế.

Là một nhà hàng có vị trí địa lý tốt, cơ sở vật chất tốt nh- ng hiện tại nhà hàng mới đang khai thác ở hai tầng 1.2 riêng ở tầng 3 nhà hàng chỉ phục vụ tiệc c- ối , hội nghị, hội thảo. Nhà hàng ch- a chú ý đến việc đầu t- và khai thác hết công suất với đúng với khả năng đáp ứng của nó, đồng thời nó cũng làm giảm doanh thu của nhà hàng. Đó cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến việc hạn chế khả năng đáp ứng nhu cầu hoạt động của nhà hàng ch- a khai thác hết nguồn nhân lực hiện có của nhà hàng

Một nguyên nhân nữa là ý thức của nhân viên tại nhà hàng ch- a thực sự cao, ch- a có ý thức gắn bó lâu dài với nhà hàng, vì sự nghiệp của nhà hàng. Do

chế độ đãi ngộ với nhân viên tuy đã được ban lãnh đạo chú ý nhưng chưa thực sự phù hợp trong điều kiện, hoàn cảnh ngày nay giá cả đời sống ngày càng cao.

3.4. Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, kỹ thuật pha chế quây bar tại nhà hàng

3.4.1. Sự lãnh đạo của nhà hàng

Giải pháp quan trọng đầu tiên là tăng cường sự lãnh đạo của nhà hàng ở các bộ phận đặc biệt là ở bộ phận lãnh đạo chung. Bộ phận quản lý quây bar bên cạnh việc có kinh nghiệm quản lý cần phải nắm vững được kỹ năng chuyên môn về nghiệp vụ pha chế. Có khả năng bao quát công việc một cách tốt nhất, thường xuyên quan tâm tới những nhu cầu của các nhân viên, đáp ứng những nhu cầu đó trong giới hạn cho phép, thoả mãn được nguyện vọng của nhân viên, thúc đẩy sự nhiệt tình cống hiến của nhân viên.

Đội ngũ lãnh đạo quản lý của nhà hàng cần phải chủ động đưa ra những chiến lược kinh doanh phù hợp với hoàn cảnh của nhà hàng. Ví dụ, tăng cường quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng: truyền hình, đài báo, internet... về các món ăn, đồ uống của nhà hàng, về đầu bếp, trang trí bar nổi tiếng của nhà hàng, về nghiệp vụ pha chế và thái độ phục vụ nhiệt tình chu đáo của nhân viên nhà hàng, tạo ấn tượng tốt đẹp với khách hàng.

Ngoài ra, để khắc phục tình trạng trong kinh doanh, ban lãnh đạo nhà hàng phải cần có các chiến lược giảm giá, khuyến mãi vào những thời điểm trái vụ, để vẫn thu hút được lượng khách cho nhà hàng.

Bên cạnh đó, đội ngũ lãnh đạo cũng phải thường xuyên trao đổi kiến thức, học tập để nâng cao năng lực lãnh đạo ở các lớp đào tạo trong và ngoài nước; thường xuyên giao lưu, học hỏi kinh nghiệm với lãnh đạo nhà hàng ở các khách sạn, nhà hàng khác có quan hệ thân tình với nhà hàng Focus.

3.4.2. Đối với nhân viên pha chế tại nhà hàng

Để nâng cao kỹ thuật, nghiệp vụ pha chế tại nhà hàng, bộ phận bar cần luôn luôn có sự trao đổi kiến thức về nghiệp vụ pha chế các loại đồ uống nh- kiến thức về kỹ thuật phục vụ khách.

Khi phục vụ khách, nhân viên pha chế cần chú trọng hơn nữa về cách thức

phục vụ vận dụng các thao tác nghiệp vụ cơ bản để trực tiếp phục vụ khách hàng theo các loại khách khác nhau. Trong quá trình phục vụ khách nhân viên pha chế cần:

- Có thái độ lịch sự, thân thiện, tận tình, chu đáo và đảm bảo tốc độ phục vụ cũng như các kỹ năng pha chế sao cho phải đúng với công thức, pha chế một cách thuần thục.

- Chú ý đến phong cách phục vụ và vị trí để pha chế sao cho đúng không làm ảnh hưởng chung đến môi trường chung của nhà hàng.

- Các loại đồ uống trước khi xuất đồ phải kiểm tra xem chất lượng của đồ uống xem đã đảm bảo chất lượng, trang trí sao cho phù hợp và đẹp mắt.

- Thường xuyên quan tâm theo dõi tình hình sử dụng đồ uống của khách nếu thấy khách không sử dụng hay sử dụng ít phải tìm hiểu xem nguyên nhân ở đâu nếu nguyên nhân do pha chế thì phải có biện pháp xử lý ngay. Thường xuyên kiểm tra và chuẩn bị nguyên liệu cho đầy đủ.

- Nhân viên có thể hướng dẫn khách sử dụng các loại đồ uống mới hay các loại Cocktail, và có thể giải thích cho khách các thành phần có trong các đồ uống nếu khách hỏi.

- Nếu có phản ứng gì của khách thì phải liên hệ kịp thời với trưởng bộ phận để kịp thời đáp ứng yêu cầu của khách.

Một điều quan trọng nữa là về chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm là phải kiểm tra rõ nguồn gốc, xuất xứ của các cơ sở cung cấp nguyên liệu không sử dụng các loại sản phẩm không rõ nguồn gốc, xuất xứ hay bị hỏng trong quá trình bảo quản, trong quá trình pha chế nhân viên phải thực sự coi trọng quá trình này, tránh những sơ suất đáng tiếc xảy ra làm ảnh hưởng đến uy tín của nhà hàng.

Về đội ngũ nhân viên pha chế tại nhà hàng, với những nhân viên mới do tay nghề chưa thực sự có kinh nghiệm nên cần phải chú trọng đào tạo chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ pha chế hơn nữa. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực là biện pháp hữu hiệu nhất để nâng cao hiệu quả hoạt động của nhà hàng. Có thể cho nhân viên đi học hỏi thêm các lớp nghiệp vụ, nâng cao về kiến thức văn hóa, sự hiểu biết về các nghiệp vụ pha chế, qua đó có thể nâng cao kiến thức cũng như nghiệp vụ để vận dụng kiến thức để pha chế đồ uống một cách tốt nhất; liên kết với các trung tâm ngoại ngữ để nhân viên được nâng cao kiến thức

về tiếng Anh, tiếng Trung Quốc...

Ngoài ra, muốn thu hút khách, cần có những ý tưởng sáng tạo mới, như: tuyển dụng những nhân viên pha chế không chỉ có khả năng phục vụ khách mà còn có khả năng trình diễn kỹ thuật pha chế nghệ thuật, biểu diễn những động tác đẹp mắt về pha chế cocktail. Điều này đòi hỏi nhân viên pha chế cần phải có kinh nghiệm cao về kỹ thuật biểu diễn để tránh những sai sót xảy ra trong quá trình biểu diễn.

Tăng cường sự quản lý về nguyên liệu đầu vào và vệ sinh an toàn thực phẩm, đảm bảo chất lượng của đồ uống.

Khuyến khích nhân viên sáng tạo ra những đồ uống mới, và có những chế độ thưởng cho những nhân viên có ý tưởng mới nhằm khuyến khích động viên.

3.4.3. Về trang thiết bị của bộ phận pha chế tại nhà hàng Focus

Về trang thiết bị của bộ phận pha chế cần luôn phải chú trọng đến việc bảo dưỡng, trùng tu đồng bộ các trang thiết bị tại quầy bar như: các loại máy xay, máy ép, máy vắt... Kiểm soát thường xuyên, nếu thiếu dụng cụ cần phải có hàng khắc phục thay mới kịp thời, không làm cản trở đến quá trình làm việc tại quầy.

Việc bảo dưỡng các trang thiết bị cũng cần phải chú trọng (bảo dưỡng các loại máy móc, máy làm kem...) để tăng tuổi thọ cho các thiết bị.

Lãnh đạo nhà hàng tùy thuộc vào điều kiện của nhà hàng, phải thường xuyên cập nhật thông tin về những trang thiết bị nhà hàng cũng như trang thiết bị quầy bar mới, hiện đại (các loại máy móc...) ở trong nước và thế giới, để nếu có điều kiện sẽ trang bị thêm cho bộ phận, để phục vụ khách một cách tốt nhất.

3.5. Tiểu kết

Hiện nay, với mọi ngành kinh doanh, đặc biệt là kinh doanh nhà hàng thì yếu tố khách hàng là yếu tố quan trọng nhất, đóng vai trò quyết định đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp. Khách hàng không chỉ là người tiêu dùng sản phẩm dịch vụ mà còn là người góp phần tạo ra những dịch vụ đó. Trong khi nhu cầu xã hội ngày một tăng thì để thỏa mãn tốt nhất nhu cầu đó các nhà hàng, khách sạn cần phải không ngừng nâng cao đổi mới và nâng cao kỹ thuật, nghiệp vụ pha chế làm hài lòng khách hàng của mình để tạo niềm tin và uy tín với khách hàng.

Căn cứ vào thời gian thực tế tại nhà hàng Focus, trong chương 3 này, em đã nêu ra một số giải pháp căn bản nhằm nâng cao kỹ thuật, nghiệp vụ pha chế tại nhà hàng Focus. Điều đó xuất phát từ việc mong muốn rằng nhà hàng Focus - Hải Phòng sẽ ngày càng khẳng định được vị thế của mình với khách hàng.

KẾT LUẬN

Hải Phòng là một thành phố có nhiều tiềm năng phát triển dịch vụ kinh doanh ăn uống nhằm phục vụ khách du lịch, thành phố hiện nay ch-a t-ơng xứng với tiềm năng đó. Với mục đích nhằm góp phần vào sự nâng cao hiệu quả phục vụ quây bar trong nhà hàng, nhằm góp phần cho sự phát triển du lịch của thành phố cũng nh- sự phát triển du lịch của cả n- ớc đề tài nghiên cứu khoa học: “*Tìm hiểu phong cách pha chế quây Bar tại nhà hàng Focus - Hải Phòng*” đã có những kết quả nhất định. Đề tài đã đi sâu tìm hiểu những đặc tr- ng, kỹ năng thiết kế một quây bar trong nhà hàng và các nghiệp vụ kỹ năng pha chế đồ uống của nhân viên phục vụ quây bar.

Qua đề tài nghiên cứu khoa học này ng- ời viết mong muốn đem lại những kiến thức,, kĩ năng về nghiệp vụ pha chế cho những ng- ời đọc, những ng- ời yêu thích pha chế đồ uống. đóng góp những tài liệu đã đ- ọc chọn lọc và các công thức pha chế đồ uống mới cho xã hội, nâng cao chất l- ượng đồ uống cho nhà hàng.

Đ- ọc sự giúp đỡ của các thầy cô giáo trong bộ môn ngành Văn hoá du lịch, tr- ờng Đại học dân lập Hải Phòng cùng với sự chỉ bảo h- ớng dẫn tận tình của **thạc sĩ Đào Thị Thanh Mai** Giảng viên khoa Văn hoá du lịch, tr- ờng Đại học dân lập Hải Phòng đã giúp em hoàn thành tốt đề tài nghiên cứu khoa học của mình. Vì thời gian và khả năng còn hạn chế nên đề tài nghiên cứu khoa học của em còn có nhiều thiếu sót kính mong sự quan tâm, giúp đỡ, đóng góp của các thầy cô về nội dung cũng nh- hình thức để bài viết của em đ- ọc hoàn chỉnh hơn nữa.

Em xin chân thành cảm ơn !

Hải Phòng, ngày 04 tháng 06 năm 2009

Sinh viên *Đoàn Ngọc Anh*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I- Sách tham khảo


1. Thanh Bình, *215 cách pha chế sinh tố và giải khát*, NXB Lao động, 2008
2. Thảo Linh, *Kỹ thuật pha chế sinh tố n- ớc hoa quả giải khát*, NXB Văn hoá thông tin, 2008
3. Hoàng Hoài Linh, *Ph- ơng pháp chế biến n- ớc ép trái cây*, NXB Mỹ thuật, 2007
4. Bùi Xuân Mỹ, *501 công thức pha chế hoa quả và cocktail*, NXB Văn hoá thông tin, 2007
5. First News, *Bí quyết pha chế sinh tố và n- ớc ép trái cây*, NXB Văn hoá thông tin, 2008
6. Nguyễn Xuân Ra, *Từ điển công thức pha chế Cocktail*, NXB Phụ nữ, 2008
7. Nguyễn Xuân Ra, *Kỹ thuật pha chế cocktail và 1001 công thức chọn lọc*, Tr- ờng THNV Du lịch Hà Nội, 1998
8. Phạm Thị Minh Thu, *Cẩm nang pha chế thức uống*, NXB Phụ nữ, 2006
9. Hà Thu, *R- ợu cocktail thời th- ợng*, NXB Văn hoá thông tin, quý 1, 2009
10. Trần Thanh Vân, *Cách pha chế cocktail*, NXB Phụ nữ, 2006

II - Trang Web

1. www.bartendervietnam.com.vn
2. www.bartendersaigon.com
3. www.google.com.vn

PHỤ LỤC

1. Bảng phối hợp pha chế các loại rượu

	Vermouth	Campari	Pernod	Champagne	Gin	Vodka	Rum	Tequila	Cognac/Brandy	Whisky	Cointreau/Curacao	Grand Manier	Galliano	Amaretto	Malibu	Apricot Brandy	Cream de Bananes	Coffee Liqueur	Cherry Liqueur	Fruit Juice	Lemonate	Cola	Cream of coconut	Syrups	Coffee	Cream	Egg
Vermouth	1	x	x	1	1	x	x	x	1	x	x	x	x	0	0	0	0	x	x	0	0	0	x	0	0	x	
Campari	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	
Pernod	x	0	0	x	x	0	0	0	0	x	x	x	0	0	0	0	0	0	1	1	1	x	1	0	0	1	
Champagne	x	1	0	x	0	x	0	1	x	1	1	1	0	0	x	x	0	x	1	0	0	0	x	0	0	x	
Gin	1	1	x	x	0	0	0	0	0	1	1	1	x	x	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	
Vodka	1	1	x	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	
Rum	x	0	0	x	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Tequila	x	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Cognac/Brandy	x	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	x	1	0	x	1	1	1	
Whisky	1	0	0	x	0	0	0	0	0	1	x	x	1	x	x	x	x	1	1	1	1	0	x	1	1	1	
Cointreau/Curacao	x	1	x	1	1	1	1	1	1	0	1	0	x	x	0	x	x	x	1	1	x	1	1	1	1	1	
Grand Manier	x	0	0	1	1	1	1	1	x	0	x	0	0	x	x	x	0	1	1	0	0	0	0	1	1	x	
Galliano	x	0	0	0	x	1	1	1	1	x	1	x	x	0	x	x	x	x	1	0	0	1	0	1	1	x	
Amaretto	x	0	0	0	x	1	1	1	1	0	0	x	x	x	x	x	x	x	1	0	0	1	x	1	1	x	
Malibu	0	0	0	0	x	1	1	1	1	x	x	0	0	x	x	x	x	x	1	1	0	1	x	1	1	x	
Apricot Brandy	0	0	0	x	1	1	1	1	1	x	x	x	x	x	x	x	x	1	x	0	x	x	x	1	1	1	
Cream de Bananes	0	0	0	x	1	1	1	1	1	x	0	x	x	x	x	x	x	1	x	0	1	1	x	1	1	1	
Coffee Liqueur	0	0	0	0	0	1	1	1	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	1	0	0	x	0	1	1	x	
Cherry Liqueur	x	0	0	x	1	1	1	1	1	1	x	0	x	x	x	x	x	x	1	1	x	1	x	0	1	1	
Fruit Juice	x	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	x	x	1	1	0	1	1	
Lemonate	0	1	1	0	1	1	1	1	x	1	1	1	0	0	1	x	x	0	1	x	x	0	1	0	0	0	
Cola	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	x	0	0	0	0	0	0	0	x	x	x	0	0	0	0	0	
Cream of coconut	0	1	x	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	x	1	x	1	1	0	0	1	0	1	x	
Syrups	x	1	1	x	1	1	1	1	x	x	1	0	0	x	x	x	1	0	x	1	1	0	1	0	1	1	
Coffee	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	x	x	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
Cream	x	1	1	x	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	
Egg	x	1	1	x	1	1	1	1	1	1	1	x	x	x	x	1	1	x	1	1	0	0	x	1	1	1	

Ghi chú : 1 = Suitable (Thích hợp)
 0 = Unsuitable/ Only exceptional (Không thích hợp/ Chỉ ngoại lệ)
 x = Moderate & Limited (Có thể & Giới hạn)

Nghiên cứu khoa học


2.Công thức một số loại Cocktail

ST T	Tên Cocktail	Tên nguyên vật liệu	UNIT	L- ượng	Ly	Ph- ơng pháp	Trang trí
1	SINGAPORE LING	Cherry Brandy 700ML	ML	15.00		Shake. Lắc	
		Gin Gordon 750ML	ML	20.00		Shake. Lắc	Cherry
		Grenadine Syrup 1.000ML	ML	10.00	Hiball		Lát Chanh
		Lemon Juice(chanh)200ml/kg	ML	30.00			
		Pineapple juice(da) 200ml/traùi	ML	20.00			
		Soda lon	Lon	1.00			Rót ly
2	SCREW DRIVER	Orange Juice (Cam) 200ml/kg	ML	90.00	Hiball	Build. Rót ly	
		Vodka Sminoff 750ML	ML	45.00			Lát cam
3	DAIQUIRI	Sugar Syrup	Kg	0.05		Shake.Lắc	
		Lemon Juice(chanh) 200ml	ML	30.00	Cocktail		Lát Chanh
		Bacardi trắng 750ML	ML	45.00			Cherry in ly
4	VODKA MARTINI	Martini Dry 1000ML	ML	5.00	Cocktail	Stir. Khuấy	1 cây khuấy
		Vodka Sminoff 750ML	ML	30.00			
5	GIN MARTINI	Martini Dry 1000ML	ML	5.00	Cocktail	Stir. Khuấy	1 quả olive
		Gin Gordon 750ML	ML	30.00			
6	MARGARITA	Cointreau 700ML	ML	15.00		Shake. Lắc	Muối miệng ly
		Tequila 750ML	ML	30.00	Margarita		Lát Chanh
		Lemon Juice(chanh)200ml/kg	ML	30.00			
7	LONG ISLAND ICED TEA	Cointreau 700ML	ML	10.00			Lát Chanh,
		Gin Gordon 700ML	ML	10.00		Build. Rót	Cây khuấy
		Pepsi lon	Lon	1.00	Hiball	w/ice	
		Bacardi trắng 750ML	ML	10.00			
		Tequila 750ML	ML	10.00			
		Vodka Sminoff 750ML	ML	10.00			
		Lemon Juice(chanh)200ml/kg	ML	15.00			
8	TEQUILA SUNRISE	Grenadine Syrup 1.000ML	ML	15.00		Build. Rọt	Lát cam
		Orange Juice (Cam) 200ml/kg	ML	90.00	Hiball	w/ice	Cây khuấy
		Tequila 750ML	ML	30.00			
9	CUBA LIBRE	Pepsi lon	ML	1.00	Hiball	Build.rót	Lát Chanh
		Bacardi trắng 750ML	ML	30.00		w/ice	Cây khuấy

Nghiên cứu khoa học

10	GIN & TONIC	Gin Gorden 700ML	ML	30.00	Rock	Build.rót	Lát Chanh
		Tonic	Lon	1.00		w/ice	Cây khuấy
11	BLACK RUSSIAN	Vodka Sminoff 750ML	ML	30.00	Rock	Build. Rót	Cây khuấy
		Kahlua 700ML	ML	15.00		w/ice	
12	WHITE RUSSIAN	Vodka Sminoff 750ML	ML	30.00		Build.rót	
		Kahlua 700ML	ML	15.00	Rock	w/ice	Cây khuấy
		Whipping Cream	ML	30.00			
13	GIN ALEXANDER	Creme deCacao nâu 700ML	ML	15.00		Shake. Lắc	
		Whipping Cream	ML	30.00	Champagn		Bột ca cao
		Gin Gorden 700ML	ML	30.00	Saucer		
14	BRANDY ALEXANDER	Creme deCacao nâu 700ML	ML	15.00		Shake. Lắc	
		Whipping Cream	ML	30.00	Champagn		Bột ca cao
		ST-Remy 700ML	ML	30.00	Saucer		
15	I LOVE YOU	Galliano 700ml	ML	20.00		Shake. Lắc	
		Bailey's 750ML	ML	15.00	Cocktail		Bột ca cao
		Kahlua 700ML	ML	20.00			
16	ORGASM	Bailey's 750ML	ML	30.00		Build. rót	Cây khuấy
		Cointreau 700ML	ML	15.00	Rock	w/ice	
		Whipping Cream	ML	30.00			
17	PINA COLADA	Coconut Cream 400ML (cốt dừa)	ML	30.00		Blend w/ice	Cherry
		Whipping Cream	ML	30.00			
		Bacardi trắng 750ML	ML	30.00	Poco		
		Coconut Malibu 750ML	ML	20.00			
		Pineapple juice(thom) 200ml/traị	ML	60.00			
18	BLUE LAGOON	Blue Curacao 700ML	ML	15.00		Build w/ice.	
		Lemon Juice(chanh)	ML	12.00	Hiball		Lát chanh
		Sprite	Lon	1.00		Rót sau	
		Vodka Sminoff 750ML	ML	30.00			
19	BLUE HAWAIIAN	Bacardi traộng 750ML	ML	30.00		Shake.lắc	
		Blue Curacao 700ML	ML	15.00			
		Coconut Cream 400ML (cốt dừa)	ML	15.00	Hiball		Lát thom, dứa
		Fresh milk	ML	3.00		Top Up	
		Pineapple juice(dua) 200ml/traị	ML	3.00			

Nghiên cứu khoa học

20	JAPANESE SLIPPER	Cointreau 700ML	ML	30.00		Shake. Lắc	Lát Chanh
		Lemon Juice(chanh)200ml/kg	ML	1.20	Cocktail		
		Midori 700ml	ML	20.00			
21	B 52 		ML	10.00		Build.	Shooter
		Cointreau 700ML	ML	10.00	Liqueur	Layer, rót tầng	
		Kahlua 700ML	ML	10.00			P/V.
22	BANANA SPLIT	Kahlua 700ML	ML	15.00		Build.	
		Grenadine Syrup 1.000ML	ML	15.00	Liqueur	Layer rót tầng	Bột ca cao
		Creume de Banana 700ML	ML	15.00			
		Whipped Cream	ML	15.00			Shooter

[236.3]

3. Một số hình ảnh nhà hàng Focus



Cửa chính nhà hàng



Mặt trước quầy bar



Không gian trong nhà hàng



Không gian giữa nhà hàng



Khung cảnh bên ngoài nhà hàng



Phía trước cửa nhà hàng

4. một số hình ảnh đồ uống mới



Đồ uống Focus



Sinh tố Focus



Cà Phê Focus



Kem Tươi Focus



Trà Focus



Nước ép Focus

MỤC LỤC
PHẦN MỞ ĐẦU

1.Lý do chọn đề tài	1
2.Lịch sử nghiên cứu vấn đề	2
3.Mục đích của đề tài	2
4.Phạm vi và đối tượng nghiên cứu	3
5.Phương pháp nghiên cứu	3
6.Bố cục khóa luận	3

CHƯƠNG 1

KHÁI QUÁT VỀ NGHIỆP VỤ PHA CHẾ QUẦY BAR

1.1.Khái niệm quầy Bar	4
1.2.Lịch sử quầy bar	4
1.3.Tiêu chuẩn thiết kế quầy bar	4
1.4.Phân loại quầy bar	6
1.5.Nghiệp vụ phục vụ quầy Bar tại nhà hàng	7
<i>1.5.1. Tổ chức lao động ở bộ phận Bar trong nhà hàng</i>	<i>7</i>
<i>1.5.1.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức lao động</i>	<i>7</i>
<i>1.5.1.2.Những tiêu chuẩn tuyển chọn nhân viên quầy bar</i>	<i>11</i>
<i>1.5.1.3.Bố trí nhân viên và kế hoạch thực hiện</i>	<i>13</i>
1.6. Trang thiết bị của bộ phận bar	13
<i>1.6.1. Trang thiết bị lắp đặt</i>	<i>13</i>
<i>1.6.2. Các loại ly</i>	<i>14</i>
<i>1.6.3. Phương pháp bảo quản và làm vệ sinh</i>	<i>15</i>
<i>1.6.4. Dụng cụ pha chế và các trang thiết bị khác</i>	<i>15</i>
1.7.Tiểu kết	16

CHƯƠNG 2

**TÌM HIỂU VỀ CÁC LOẠI ĐỒ UỐNG VÀ PHONG CÁCH PHA CHẾ QUẦY
BAR TẠI NHÀ HÀNG FOCUS - HẢI PHÒNG**

2.1. Khái quát về Nhà hàng Focus	17
<i>2.1.1. Vài nét về nhà hàng Focus</i>	<i>17</i>
<i>2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Nhà hàng Focus</i>	<i>18</i>
<i>2.1.3. Các loại hình phục vụ của nhà hàng</i>	<i>21</i>
2.2.Các loại đồ uống được sử dụng tại nhà hàng	21

2.2.1.Đồ uống không cồn.....	21
2.2.1.1. Đồ uống hoa quả	21
2.2.1.2.N- óc - Water	22
2.2.1.3.N- óc khoáng - Mineral Water	22
2.2.1.4.N- óc giải khát - Soft Drinks.....	23
2.2.1.5. Sirô - Syrup	23
2.2.1.6.Trà - Tea.....	23
2.2.1.7.Cà phê - Coffee.....	24
2.2.2.Đồ uống có cồn.....	28
2.2.2.1.Bia - Beer.....	28
2.2.2.2.R- ượu vang th- ờng - Still Wine	30
2.2.2.3.Vang bọt - Sparkling Wine	34
2.2.2.4.Vang c- ờng hoá - Fortified Wine	35
2.2.2.5.Vang mùi - Aromatized Wine	36
2.2.2.6.R- ượu mùi – Liqueur	36
2.2.2.7.R- ượu mạnh - Spirits	39
2.2.2.7.1. Brandy	39
2.2.2.7.2 Whiskey	42
2.2.2.7.3 R- ượu rum	44
2.2.2.7.4. Vodka.....	46
2.2.2.7.5. Gin	47
2.2.2.7.6. Tequila.....	47
2.3. Phong cách pha chế quầy bar tại nhà hàng Focus.....	47
2.3.1.Pha chế cocktail	47
2.3.1.1. Lịch sử và nguồn gốc của từ Cocktail	47
2.3.1.2.Phân loại Cocktail.....	49
2.3.1.3.Kỹ thuật pha chế các loại Cocktail	51
2.3.1.3.1.Ph- ơng pháp pha trực tiếp	51
2.3.1.3.2.Ph- ơng pháp dùng ly trộn	51
2.3.1.3.3.Ph- ơng pháp dùng bình lắc.....	52
2.3.1.3.4.Ph- ơng pháp dùng máy xay	53
2.3.1.4.Trang trí ly Cocktail	53
2.3.1.5.Pha chế thức uống nóng có cồn.....	54
2.3.1.6.Sự phối hợp các nguyên liệu pha chế	54

2.4. Xây dựng phong cách mới tại nhà hàng Focus - Hải Phòng	56
2.4.1. Về phong cách phục vụ khách hàng	56
2.4.2. Về chất lượng sản phẩm	57
2.4.3. Sáng tạo đồ uống mới	57
2.4.3.1. Cà phê Focus	58
2.4.3.2. Trà Focus	58
2.4.3.3. Sinh tố Focus	59
2.4.3.4. N- ốc ép Focus	59
2.4.3.5. Kem t- ơi Focus	60
2.5. Tiểu kết	60

CH- ƠNG 3

MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ VÀ GIẢI PHÁP

3.1. Những - u điểm của nhà hàng Focus tại Hải Phòng	62
3.1.1. Vị thế của nhà hàng Focus - Hải Phòng	62
3.1.2. Trang thiết bị của nhà hàng Focus	62
3.1.3. Về nguồn nhân lực tại nhà hàng Focus	63
3.2. Một số tồn tại của nhà hàng Focus	64
3.2.1. Trang thiết bị tại bộ phận Bar của nhà hàng Focus	64
3.2.2. Nguồn nhân lực tại bộ phận bar của nhà hàng Focus.....	65
3.2.3.1. Về đội ngũ Quản lý, Giám sát của quầy bar cũng nh- của nhà hàng....	65
3.2.4.2. Về đội ngũ nhân viên phục vụ bar	65
3.2.5. Kỹ thuật pha chế đồ uống tại nhà hàng Focus	66
3.3. Nguyên nhân	66
3.4. Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, kỹ thuật pha chế quầy bar tại nhà hàng	67
3.4.1. Sự lãnh đạo của nhà hàng	67
3.4.2. Đối với nhân viên pha chế tại nhà hàng	67
3.4.3. Về trang thiết bị của bộ phận pha chế tại nhà hàng Focus	69
3.5. Tiểu kết	69
KẾT LUẬN	70
TÀI LIỆU THAM KHẢO	71