

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КУКЛИНА Т.С., СЕРДЮК О.М.,
ТКАЧ В.О., КАМУШКОВ О.С.

ТЕХНОЛОГІЯ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України



Запоріжжя
«Просвіта»
2010

УДК
ББК

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
(лист № 1/11-6702 від 20.07.10)

Кукліна Т.С., Сердюк О.М., Ткач В.О., Камушков О.С.
Технологія ресторанної справи: Навчальний посібник.
– Запоріжжя: Просвіта, 2010. – 132 с.
ISBN

Навчально-методичний посібник містить плани практичних занять, основні поняття, методичні рекомендації і поради, завдання для самостійної й індивідуальної роботи, тести для перевірки тематичних знань студентів, контрольні завдання для модульного контролю, питання до заліку, термінологічний словник, список основної та додаткової літератури, додатки.

Призначений для студентів І курсу факультету журналістики (спеціальностей „Журналістика», „Видавнича справа та редагування», „Реклама та зв’язки з громадськістю»).

ISBN

© Кукліна Т.С., Сердюк О.М.,
Ткач В.О., Камушков О.С., 2010
© Просвіта, 2010

Комп’ютерна верстка – С Калабухова
Дизайн обкладинки – С. Калабухова
Коректор – Н.

Формат 60x84/16. Умов. арк. 8,25.
Наклад 300 прим. Зам. № 08-11.

Видавництво «Просвіта». 69095, Запоріжжя, вул. Дзержинського, 114
Тел.: (061) 213-81-60, 289-20-83, 289-20-84

Свідоцтво серія ДК № 417 від 12.04.2001 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ.....	7
Питання до розділу 1	13
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ТИПІВ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ .	14
Питання до розділу 2	25
РОЗДІЛ 3. ТЕХНОЛОГІЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ	26
3.1. Характеристика технологічного процесу	26
3.2. Загальні вимоги до виробничих приміщень та організації робочих місць	35
3.3. Схема переробки овочів, м’яса і риби установки засобів механізації, зберігання інвентарю, спецій.....	39
3.4. Гарячий цех і схема приготування гарячих страв.....	50
3.5. Холодний цех і схема виготовлення холодних страв і закусок	55
3.6. Кулінарний та кондитерський цехи і схема виготовлення виробів	58
3.7. Мийна кухонного посуду, роздавальна	65
3.8. Складські приміщення	70
Питання до розділу 3	74
РОЗДІЛ 4. МЕНЮ.....	75
4.1. Що слід помістити в меню	76
4.2. Види меню	80
4.3. Компоновка меню	82
4.4. Управління меню	84
4.5. Стилi інтер’єрів i меню	87

4.5.1. Готика і класицизм.....	87
4.5.2. Модерн.....	89
4.5.3. Арт-деко.....	90
4.5.4. Васнецовський стиль.....	92
4.5.5. Соцарт.....	93
4.5.6. HI-TECH (ХАЙ-ТЕК).....	95
4.6. Освоєння простору та колірне рішення.....	96
Питання до розділу 4.....	98
РОЗДІЛ 5. СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ РЕСТОРАНІВ.....	99
Питання до розділу 5.....	116
РОЗДІЛ 6. Оцінка персоналу.....	117
Питання до розділу 6.....	127
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	128

ВСТУП

Актуальність проблеми організації обслуговування туристів пов'язана як з загальними потребами обслуговування за всіма критеріями якісного сервісу, так і зі специфікою процесу харчування всередині туристичного підприємництва. Харчування – це одна з базових потреб будь-якої людини, а отже, маючи на меті туристичну подорож, індивід так чи інакше планує задоволення цієї потреби, що й обумовлює розробку туристичними фірмами різноманітних варіантів насичення даної потреби.

Головною ланкою в системі обслуговування харчування туристів є підприємства ресторанного господарства. Тому найбільше уваги повинно приділятися роботі ресторанів, так як у процесі обслуговування туристів ресторанне господарство, що відіграє особливо важливу роль та набуває специфічних рис, є складовою індустрії туризму.

Сфера ресторанного господарства – це сфера надання послуг. Послуга харчування – результат економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямованої на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей.

Головна задача в індустрії ресторанної діяльності визначається концепцією технології гостинності, детермінантом якої є задоволення найвибагливіших потреб споживача. Якщо гості не отримують задоволення від відвідання ресторану, то все інше не має значення.

Виконавцем в сфері надання послуг харчування виступає організація незалежно від організаційно-правової форми, а також індивідуальний підприємець, які надають послуги харчування. Виконавець зобов'язаний дотримуватись установлених в державних стандартах, санітарних, протипожежних правилах, технічних документах, інших правилах і нормативних документах обов'язкових вимог до якості послуг, їх безпеки для життя, здоров'я людей, навколишнього середовища і майна.

На актуальність цієї проблеми вказує факт зосередження суто на ній А. Аветисової та О. Сороки в монографії «Підприємство

харчування в системі туризму», Л. Івченко та О. Симакової в статті «Використання методів оптимізації на підприємствах харчування в туризмі», а також теоретичні викладки в роботах В. Квартального, В. Кифяка, М. Черних, Г. Яковлева та інших дослідників.

Метою навчального посібника «Технологія ресторанних послуг» є формування у студентів комплексу знань щодо історичного розвитку ресторанного бізнесу та його перспектив у сучасних умовах, особливостей організації основного та допоміжного виробництва, робочих місць та раціональної організації праці робітників виробничої та обслуговуючої ланки в закладах ресторанного господарства.

Завдання, яке ставлять автори, полягає в набутті спеціальних знань та практичних навичок у студентів з визначення складу функцій та виробничо-торговельної структури закладів ресторанного господарства, визначення потреб підприємства в сировині та предметах матеріально-технічного забезпечення, в розробці виробничої програми підприємств, графіків праці робітників виробництва та обслуговуючого підрозділу закладів ресторанного господарства, виявлення резервів підвищення ефективності використання робочого часу, уміння бути підприємливими, ініціативними при вирішенні різнопланових питань з технології послуг харчування в закладах ресторанного господарства.

РОЗДІЛ 1.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ

Що таке «ресторан»? Перш ніж відповісти на це питання, слід заглянути в історію. Як все розпочиналося, звідки пішло, і які все-таки були колишні ресторани.

Само слово «ресторан» походить від французького *restaurer*, що означає «відновити, кріпити, годувати». Це заклад, в якому готують і продають їжу і напої, які замовляють відвідувачі для вживання тут же на місці.

Перші ресторани з'явилися в XIII столітті в Китаї. Розташовувалися вони в Ханчжоу – культурному, політичному і економічному центрі країни за часів династії Сун. У той час населення Ханчжоу перевищувало 1 млн чоловік, а в обігу вже ходили паперові гроші, була достатньо розвинена культура гостинності, що дало поштовх до розвитку ресторанної справи. Швидше за все, попередниками ресторанів були чайні будиночки і таверни, де гостинні господарі всіма силами прагнули догодити втомленим подорожуючим і мандрівникам.

Паломники в XIV столітті зупинялися перекусити в харчевні «Табард-інн». У той час поїсти в дорозі можна було не всюди. Часто доводилося брати їжу з собою або купувати у місцевих фермерів. Найбільш поширеною похідною їжею була солоня свинина. У Європі ще не було чаю, кави, шоколаду або смажених горішків, і лише через 300 років французький король Людовик XIV, вперше покуштувавши картоплю (у якого істівними у той час рахували тільки вершки), важко зітхнув: «Знову якась гидота з Америки!».

Паломники прямували в Кентербері, куди щорічно стікалися, як і в інші релігійні центри континенту, на зразок Сантьяго-де-Компостела або Лурда, тисячі людей. Це нагадувало паломництво до Мекки. Фактично це були тодішні туристи, що рухалися певними маршрутами. Природно, всі заїжджі двори по шляху їх проходження прагнули добре заробити на годуванні цих людей.

У харчевні «Табард-інн» паломникам таланило вдвічі. Господар пропонував безкоштовну їжу тому, хто розповість найцікавішу історію. Чи не є це першим відміченим в історії прикладом «ресторанного бізнесу» з використанням хитромудрого прийому для розширення справи?

В середні віки подорожі супроводжувалися численними небезпеками. Знайти притулок і їжу до настання ночі і не піддатися нападку розбійників було нелегкою справою. Пограбування на дорогах відбувалися вельми часто. Проте сучасні туристи можуть стверджувати, що в деякому розумінні з тих пір мало що змінилося.

До середини XVIII століття в європейській і британській літературі практично не згадувалося, яким чином харчувалися персонажі. Звичайно, були таверни, в яких Фальстафф і його друзі, з якими він випивав, могли скористатися дешевою і, мабуть, грубою їжею і випити іспанського червоного вина. У шекспірівському театрі «Глобус» можна було купити поштучно апельсини з корзини запозитливого Нелла Гуінна. Для представників середнього класу в крупних містах Великобританії і континентальній Європі відкривалися клуби і кав'ярні.

Багаті у той час вважали за краще харчуватися вдома, складаючи власне меню. Навіть у римських віллах, розташованих в глибині континенту, можна було отримати на обід устриць, доставлених з побережжя в екіпажах з частою зміною коней. Але не було жодного закладу, в якому можна було б за декілька монет зайти переодягнутися, замовити рідкісну страву із солов'ячих язичків і скористатися «воміторієм». «Воміторій» – це зовсім не те місце, де людина, що повністю наситилася, могла спорожнити свій шлунок від з'їденого, щоб продовжувати трапезу. Такого приміщення в римських віллах не було передбачено. «Воміторій» був просто вихід, скажімо, з театральної зали або з арени цирку. Єдиним пристосуванням для опорожнення шлунку були залізні поручні, встановлені на висоті плечей в чоловічих туалетах в старовинних житлах германців.

Навіть для багатих їжа носила сезонний характер. Історики медицини вважають, що ясна, які кровоточать, та інші симптоми, які спостерігалися у людей в середні віки, в кінці зими були, мабуть, ймовірними ознаками початку цинги. До пізньої весни не було ніяких фруктів, багатих вітаміном С.

Складно було із зберіганням продуктів. Продукти повинні були поставлятися свіжими і швидко використовуватися – це перетворювало ресторанний бізнес на дороге і ризиковане підприємство.

У 1795 році Франсуа Аппер винайшов високотемпературну стерилізацію продуктів, що дозволило їх консервувати. Хоча харчові консерви і використовувалися під час наполеонівських війн, до середини XIX століття вони були дуже дорогими і недоступними для загалу.

При римському і китайському імператорських будинках широко застосовувався лід, причому його привозили з Арктики до Європи і Америки, що було вельми дорогим задоволенням. Часто його зберігали в зимовий час в підвалах, використовуючи як предмет великої розкоші аж до винаходу парових холодильників в кінці XIX століття. Це привело до виникнення м'ясопереробної промисловості в Новій Зеландії і Австралії.

У 1913 році в Чикаго був винайдений електричний холодильник, а в 1927 році він був вдосконалений британською фірмою «Електролюкс» і став безшумним. В 1929 році Кларенс Бердзай розробив глибоке заморожування продуктів харчування, а на початку 1930-х років заморожені продукти з'явилися на прилавках численних продовольчих магазинів на Заході. Цікаво відзначити, що першою із заморожених овочів була спаржа.

Набір кулінарних рецептів різних страв безперервно поповнювався в ході історії. Останки стародавніх воїнів, що збереглися до наших днів, свідчать про переважання в їх раціоні каші. Час від часу в історії виникали щасливі збіги обставин, коли, наприклад, люди стали розуміти, що злегка підсмажене м'ясо смачніше і легше жується, чим сире, а зерно, оброблене в гарячій воді, легше перетравлюється в шлунку. Пізніше люди дійшли до таких кулінарних шедеврів, як «персики Мельба» або «курча Маренго».

У X столітті розгодовували страсбурзьких качок, щоб збільшити розмір їх печінки і виготовити паштет; торгівля спеціями зі сходу завжди була успішною; а при дворі Людовика XIV просто божеволіли, коли з'явився горох з Італії.

До кінця XVIII століття в ході промислової революції переїзди людей з місця на місце стали частішими, і сформувався середній клас, існування якого необхідне для кожного ресторатора, що успішно діє. Поступова рівновага попиту і пропозиції привела до формування сучасного ресторанного бізнесу.

До 1776 року у ряді крупних міст США були створені ресторани, що мали галасливий успіх. Такі заклади, як «Буллз Хед», «Фронсез Теверн» і «У містера Літтла» були свого роду візитними картками Нью-Йорка. У цих ресторанах проводилися банкети з вибором дорогих страв, але в звичайні дні там подавали, як правило, яловичину, шинку і овочі.

Якщо говорити про західні країни, то трактири і таверни йдуть своїм корінням з часів античності. Ці заклади, як правило, призначалися для мандрівників, оскільки місцеві жителі досить рідко хар-

чувалися в них. І лише в XVIII столітті почали з'являтися ресторани, першочерговою метою яких було приготування і подача страв, які замовляли відвідувачі, виходячи з меню ресторану.

Прийнято вважати, що ресторан – це дійсний паризький винахід. Все починалося з трактирів і таверн з часів середньовіччя. Суть їх була така, що працювали вони, в основному, для приїжджих і мандрівників, тому як місцеві жителі туди практично не заходили.

На початок XVIII століття ці заклади майже себе вичерпали і почали приходити в занепад, оскільки люди ставали вимогливими і вважали за краще, щоб кухар приходив готувати їжу додому.

Існують деякі описи колишніх трактирів. Мандрівник, що проїхав через Париж, в 1718 році так висловився з приводу цих закладів: «Столи абсолютно непридатні для іноземців, але інших столів тут немає. Доводиться їсти серед дюжини незнайомих персон, задалегідь узявши собі прилад. Надмірно скромна і ввічлива людина не зможе навіть поїсти там до ладу. Ближче до центру столу усаджуються завсідники, які без перерви розповідають свіжі анекдоти. озброєні невтомними щелепами, вони накидаються на їжу по першому сигналу. Горе тому, хто поволі пережовує їжу! Марно буде він звертатися до слуги – стіл спустіє ще до того, як він приступить до трапези». Настав час кардинально міняти підхід і відкривати абсолютно нові заклади громадського харчування, орієнтовані на оточення і обслуговування.

Таким чином, результатом прогресу став перший ресторан в сучасному розумінні цього слова. Спочатку рестораном називався той заклад, де подавали бульйони, супи, страви з м'яса і яєць. Але, найголовніше, в них вже існувало індивідуальне обслуговування «а ля карт». Власником такого ресторану був Буланже, що відкрив свій заклад в 1765 році на рю де Кулі, неподалік від Лувру. Спочатку ця людина займалася приготуванням і продажем супів. А ось перший ресторан в тому вигляді, до якого ми звикли, з окремими столиками, за якими сидять відвідувачі, вибираючи страви на замовлення з меню, з фіксованими годинами роботи і повним ресторанным обслуговуванням, був Гранд-таверн-де-лондр (Grand Taverne de Londres), який був відкритий в 1782 році. Засновником цього закладу був пан на ім'я Бовілл'є (Beauvilliers).

Кількість ресторанів стрімко росла, але всі вони аніскільки один від одного не відрізнялися. Наступний серйозний ривок стався 1786 року, коли був відкритий перший розкішний ресторан на основі ан-

глійської таверни в Пале-рояль. Власником цієї таверни був Антуан Бовілл'єр, раніше працюючий шеф-кухарем у графа Провансальського. Бовілл'єр намагався зробити все можливе для зручності та комфорту клієнтів. Його заклад відрізнявся шикарною і вишуканою обстановкою: столи були зроблені з червоного дерева, кришталеві люстри, скатертини з візерунком дамаску. Також в ресторані був власний винний льох, і, звичайно ж, їжа вищої якості. 8 червня того ж року вийшла ухвала уряду про те, що власникам ресторанів дозволено готувати їжу і приймати відвідувачів взимку до 23 годин, а в літній час – до 24.

Сьогодні найстарішим з ресторанів, що збереглися, згідно Книзи рекордів Гіннеса, є Собріно-де-ботін (Sobrino de Botin), який знаходиться в іспанському місті Мадрид. Цей заклад був відкритий в 1725 році. Використання поняття «ресторан» щодо підприємства громадського харчування датоване 1765 роком у Франції.

До часу Великої французької революції ресторани в Парижі були найзвичайнішим явищем. У 1814 році союзні армії англійців, голландців, бельгійців, пруссаків, іспанців, росіян і австрійців увійшли до цього міста, розгромивши Наполеона. У популярній пісні, що належить до періоду Першої світової війни, співалося: «Не утримаєш їх на фермі, вони бачили Париж». У Парижі проводили час представники всіх чинів і станів. І ті щасливці, яким виплачували зарплату, могли витратити свої гроші в Парижі. У офіцерів окупаційних армій союзників у французькій столиці довго гостили їх сім'ї.

Пройшов час, і війська відвезли додому спогади про Париж і поширювали їх по всьому світу. Суспільство з сільськогосподарського все більше перетворювалося на промислове. В цьому випадку потреба в ресторанах постійно зростала. Все більша кількість людей починала потребувати прийому їжі за межами свого будинку. Але зростання ресторанної справи здійснювалося достатньо поволі. Тоді, як і тепер, запрошення гостя або любовна зрада забезпечували ресторани постійною клієнтурою (завичай з багатих або таких, що знов розбагатіли, людей). До 1820 року подорожуючі, що забрели в ресторан готелю «Стівенз Хотів» в Лондоні, обслуговувалися поволі і нелюб'язно. У Крокфорда був гральний клуб, де втрачалися і отримувалися стани і майже цілодобово обслуговувалися відвідувачі під керівництвом відомого метрдотеля на ім'я Удо. Там не було особливої різноманітної їжі, але за бажання можна було витратити порядком десять фунтів за зеленим сукном грального столу.

Взаємне спілкування, що було привілеєм багатих, відбувалося в основному вночі. У 1821 році в Лондоні лорд Олвенлі щодня міг насолоджуватися абрикосовим тортом, тоді як місячна платня його прислуги не перевищувала вартості всього однієї пляшки шампанського. В меню принца-регента, що проводив прийоми гостей у «Брайтон павильон», була безліч рідкісних страв, творинь метра Антоніна Карема, які могли оцінити лише аматори.

З часом ресторанний бізнес ріс і розквітав. Подорожі по всій Європі ставали все більш частими. У 1880 році Ч. Діккенз, звертаючись до друга, скаржився на якість бутербродів в залізничному буфеті. У 1908 році Едіт Уортон описувала ресторанне обслуговування в одному із своїх любовних листів: «Остання страва на обіді була подана з відповідною урочистістю, наш перший обід у Дювалья... наш офіціант у Монморенси...» і так далі.

У Франції мистецтво гастронома є національною гордістю. Воно було і залишилося основним компонентом торгівлі в цілому, причому багато ресторанних традицій народилися саме там, хоча італюфіли намагаються стверджувати, що французи лише запозичували всі свої ідеї у італійців! В цей же час ресторани стали звичайним явищем і в США, але тільки у великих містах. Система старших і молодших метрдоделів, барменів і бригад, прийнята в ресторані «У Максима», широко запозичувалася і продовжує запозичуватися в великих ресторанах світу.

Основоположником ресторанного бізнесу в Росії можна назвати Івана IV Грізного. Щоб не процвітало на Русі пияцтво, він заборонив продаж спиртних напоїв. Для цієї мети все спиртне дозволялося продавати тільки в царських шинках, і ці шинки приносили чималий прибуток.

В середині XIX століття шинки перейменували в питущі будинки, і вони перестали бути тільки прерогативою держави. В цей час багато питущих будинків разом з випивкою стали продавати гарячі страви, закуски, пироги і чай.

Пізніше питущі будинки змінили трактири, основною метою яких було забезпечення людей напоями і їжею. Їх відмінною рисою була саме російська національна кухня. Трактири отримували все більшу популярність. Ресторани в цей час можна було по пальцях злічити, і розраховані вони були на вибрану еліту.

Перший ресторан, який відкрився в Росії, – це Московський ресторан «Слов'янський базар». Він був побудований архітектором Р. Гедике і А. Вебером в 1872–1873 роках. Він різко відрізнявся від

трактира перш за все тим, що там обслуговували відвідувачів офіціанти у фраках і білих рукавичках, їх називали «люди».

В кінці XIX століття стали з'являтися всілякі чайні, кавові, харчевні і перші не елітні ресторани.

На початку XX століття ресторани в Санкт-Петербурзі і Москві помалу починають витіснити трактири. Зростання кількості ресторанів приводить до їх класифікації. З'являються ресторани різних категорій, зокрема, розвиваються заміські ресторани. Відкриті в цей час ресторани належать в основному німцям і французам.

Після революції більшість ресторанів закрили, порахувавши, що не час для веселощів. Свій подальший розвиток ресторани отримали вже на початку 50-х років і аж до 70-х років процвітали, переживаючи значні труднощі в 80-х роках, в період загального дефіциту.

Крах Радянського Союзу і перебудова сприяли появі перших недержавних ресторанів. З цього часу пішов динамічніший розвиток ресторанного бізнесу.

Ресторан – це установа, яка проводить і пропонує клієнтам харчування з метою задоволення потреб гастрономів. Економічною метою даного виду діяльності є отримання прибутку.

Зараз у всьому світі функціонують мільйони великих, середніх і малих ресторанів, з яких тільки в Парижі налічується більше 14 тис., в Нью-Йорку – більше 17 тис. У Києві, за відомостями Київської гільдії рестораторів (КГР), зараз близько 1,1 тис. ресторанів, що в три-чотири рази менше, ніж в Будапешті і Празі, і у вісімдесят разів – чим в Парижі, при порівнянних доходах і чисельності середнього класу.

Питання до розділу 1:

1. Загальна історія розвитку підприємств харчування Франції.
2. Історія розвитку підприємств громадського харчування в Київській Русі.
3. В чому полягає відмінність таверн від сучасних закладів харчування.
4. Сучасний стан розвитку ресторанної справи в світі.
5. Взаємозв'язок галузі гостинності та розвитку ресторанної справи.

РОЗДІЛ 2.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ТИПІВ

ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

Сфера ресторанного господарства – це сфера надання послуг. Послуга харчування є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямована на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей.

Головна задача в індустрії ресторанної діяльності визначається концепцією технології гостинності, детермінантом якої є задоволення найвибагливіших потреб споживача. Якщо гості не отримують задоволення від відвідання ресторану, то все інше не має значення.

Виконавцем в сфері надання послуг харчування виступає організація незалежно від організаційно-правової форми, а також індивідуальний підприємець, які надають послуги харчування. Виконавець зобов'язаний дотримуватись установлених в державних стандартах, санітарних, протипожежних правилах, технічних документах, інших правилах і нормативних документах обов'язкових вимог до якості послуг, їх безпеки для життя, здоров'я людей, довкілля і майна. Виконавець самостійно визначає перелік послуг в сфері ресторанного господарства. Він повинен мати асортиментний перелік кулінарної продукції, що буде виготовлятися відповідно вимогам нормативних документів.

За Правилами роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства (наказ № 219 від 24 липня 2002 року) суб'єкти господарської діяльності працюють в сфері ресторанного господарства після їх державної реєстрації в установленому законодавством порядку.

Роздрібна торгівля алкогольними напоями та тютюновими виробами здійснюється суб'єктами господарської діяльності при наявності відповідних ліцензій.

За термінологічним визначенням: підприємство ресторанного господарства – заклад (сукупність закладів), який є самостійним статутним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку ДСТУ 3862-99 «Ресторанного господарства. Терміни та визначення».

Цим стандартом визначається поняття заклад ресторанного господарства як організаційно-структурна статистична одиниця, яка виробляє, доготовляє та продає кулінарну продукцію, булочні, борошняні кондитерські вироби та закупні товари.

Вибір типу закладу (підприємства) ресторанного господарства і класу ресторану чи бару здійснюється суб'єктом господарської діяльності самостійно з урахуванням вимог законодавства України.

Державний класифікатор України «Класифікація послуг зовнішньоекономічної діяльності» ДК 012-97 визначає:

Послуги ресторанів. Ця група включає: послуги з продажу готової їжі для споживання, головним чином на місці, продажу напоїв, що споживаються одночасно із споживанням їжі в різних закладах з показом розважальних вистав або без них: в ресторанах, кафетеріях, закусочних, вагонах-ресторанах, залізничних компаніях та інших організаціях пасажирського транспорту.

Послуги барів. Ця група включає: послуги з продажу напоїв, що споживаються одночасно із споживанням їжі в різних закладах з показом розважальних вистав або без них: в тавернах, барах, нічних клубах, пивних залах.

Послуги їдалень. Ця група включає: послуги постачальників готової їжі, підготовленої спеціалізованими пунктами для споживання в різних місцях: постачання готової продукції для сироліній, пунктів продажу їжі «на колесах», бенкетів і фірмових прийомів, весіль, прийому гостей та інших свят.

Ресторанне господарство – організація надання послуг, які забезпечують фізіологічні потреби споживача в спеціально відведених для такого обслуговування приміщеннях та відповідає санітарно-гігієнічним та нормативно-законодавчим вимогам. Господарська діяльність підприємств індустрії спрямована на отримання прибутку при умовах функціонування як самостійного підприємства, так і структурного підрозділу інших закладів (готелів, торговельних центрів, засобів пересування і т. д.). Організація послуг харчування забезпечує не тільки задоволення гастрономічних потреб, а й організацію відпочинку і розваг, тобто задоволення соціокультурних потреб.

Національним стандартом ДСТУ 4281-2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» встановлено класифікацію закладів ресторанного господарства, загальні вимоги до підприємств різних типів і класів. Класифікація закладів ресторанного господарства здійснюється за такими ознаками:

- за типом закладу;
- за класом закладу;
- за місцем розміщення;
- за видами економічної діяльності.

Стандартизовані терміни визначені ДСТУ 3862-99 «Ресторан-

ного господарства. Терміни та визначення»:

– тип закладу – категорія закладів ресторанного господарства, об'єднаних за характерними ознаками асортименту кулінарної продукції, контингентом споживачів та формами організації їх обслуговування;

– клас закладу – сукупність відмінних ознак закладу певного типу, яка характеризує сукупність надаваних споживачам зручностей, рівень та умови продажу їжі, призначеної для споживання на місці.

Термінологічні визначення за ДСТУ 4281-2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»:

– Тип закладу ресторанного господарства – сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу ресторанного господарства.

При визначенні типу закладу враховують фактори:

– асортимент реалізуємої продукції, її різноманітність і складність виготовлення;

– технічну оснащеність (матеріальну базу, інженерно-технічне оснащення, склад приміщень, архітектурно-планувальні рішення і т. д.);

– методи обслуговування;

– кваліфікацію персоналу;

– якість обслуговування;

– номенклатуру послуг.

– Клас закладу – сукупність відмінних ознак закладу ресторанного господарства певного типу, що характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупівельних товарів, умов їх споживання, організування обслуговування та дозвілля споживачів.

На класи підрозділяють тільки ресторани і бари. За ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг ресторани і бари поділяють на три класи: люкс, вищий і перший.

«*Люкс*» – вишуканість інтер'єру, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, асортимент оригінальних, вишуканих заказних і фірмових страв, виробів для ресторанів, широкий вибір заказних і фірмових напоїв, коктейлів для барів.

«*Вищий*» – оригінальність інтер'єру, вибір послуг, комфортність, різноманітний асортимент оригінальних, вишуканих заказних і фірмових страв і виробів для ресторанів, широкий вибір фірмових і заказних напоїв і коктейлів – для барів.

«*Перший*» – гармонічність, комфортність і вибір послуг, різноманітний асортимент фірмових страв, виробів і напоїв, коктейлів нескладного приготування, в т.ч. заказних і фірмових – для барів.

Тип підприємства ресторанного господарства характеризується особливостями обслуговування, асортиментом реалізуємої кулінарної продукції і номенклатури послуг, що надаються споживачам.

Розвиток закладів харчування відповідних типів обумовлюється економічною ситуацією регіону. На формування сегменту ринку впливають також чинники соціальні, демографічні, культурологічні. Під впливом економічної ситуації активно розвиваються заклади із середнім рівнем цін на послуги і відповідно лідерами цього сегменту є кафе, кавові, чайні, підприємства системної гастрономії. Фактори другого порядку формують сегмент ринку підприємств, де більш чітко виражена соціально-культурна послуга, як складова послуг харчування. Набувають поширення такі підприємства: концептуальні ресторани, кафе з клубною музикою, ресторан-клуб, клуби з розважально-тематичними програмами, коктейль-бари, пивні бари, фітнес-бари, міні-бари, ресторани для ділових зустрічей і т. п.

– Тип (від грец. *Tyros* – форма, зразок) підприємства ресторанного господарства – різні групи підприємств, виділені на основі діючих державних стандартів.

Умови надання послуги, в тому числі її вартість, встановлюються єдиними для всіх споживачів, за виключенням ситуації, коли державним законом або іншими правовими актами допускається надання пільг для окремих категорій споживачів. Номенклатура послуг, їх якість повинна відповідати вимогам указанного державного стандарту.

Відкриття закладу (підприємства) харчування погоджується з органами місцевого самоврядування, закладами державної санітарно-епідеміологічної служби в установленому законодавством порядку.

Державним стандартом визначені наступні типи підприємств ресторанного господарства: ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна.

Держстандарт України ДК 009-96. Класифікація видів економічної діяльності. Згідно розділу 55.3, в якому йдеться про ресторани видно, що цей клас включає:

– продаж їжі, як правило, призначеної для споживання на місці, а також продаж напоїв, які споживаються одночасно з цією їжею, в різних закладах з показом розважальних вистав або без них: в ресторанах, в ресторанах самообслуговування: кафетеріях, в закладах ресторанного господарства швидкого обслуговування (закусочних, вареничних, сосисочних), в ресторанах з відпуском їжі додому, в кафе-морозиво, у вагонах-ресторанах залізничних компаній та інших організаціях пасажирського транспорту.

Цей клас не включає:

- продаж через торгові автомати;
- згадані вище види діяльності, які здійснюються під час надання місця проживання.

Згідно розділу 55.40 дана характеристика барів. Підклас бари включає:

- продаж напоїв, як правило, призначених для споживання на місці, в різних закладах з показом розважальних вистав або без них: в тавернах, барах, нічних клубах, пивних залах тощо.

Цей клас включає:

- продаж через торгові автомати;
- згадані вище види діяльності, які здійснюються під час надання місця проживання.

Розділ 55.50 дає класифікацію класу їдалень та постачання готової їжі. Цей клас включає:

- продаж їжі і напоїв, переважно за зниженими цінами, для чіткого визначення групи осіб, як правило, об'єднаних за професійною ознакою.

55.51.1 Діяльність їдалень на підприємствах і установах.

55.51.2 Діяльність шкільних їдалень і кухонь.

55.51.3 Діяльність їдалень у вищих та середніх навчальних закладах.

55.51.4 Діяльність буфетів і їдалень для особистого складу збройних сил.

55.51.5 Діяльність загальнодоступних їдалень.

Цей підклас включає також:

- діяльність їдалень для малозабезпечених верств населення.

55.52 Клас постачання готової їжі.

Цей підклас включає:

- діяльність закладів, фабрик-кухонь, фабрик-заготівельників тощо, які постачають їжу, приготувану централізовано для споживання в інших місцях: для авіакомпаній, для пунктів «їжа на колесах», для банкетів, фірмових прийомів та інших свят.

Ресторан – підприємство ресторанного господарства з широким асортиментом страв складного приготування, включаючи заказні та фірмові; винно-горілчані, тютюнові та кондитерські вироби, з підвищеним рівнем обслуговування в поєднанні з організацією відпочинку.

В ресторанах постійно організують зустрічі різних свят, тематичні вечори, прийоми, презентації тощо. Ввечері працює оркестр.

Страви та напої виготовляють висококваліфіковані кухарі, обслуговуванням гостей зайняті професійні офіціанти. Торгові приміщення обладнані з комфортом.

Ресторани мають категорії – люкс, вищу, першу, другу.

Ресторан класу «люкс» – вишуканість інтер'єру, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, асортимент оригінальних, вишуканих заказних і фірмових страв складного приготування; винно-горілчані тютюнові і кондитерські вироби; підвищений рівень обслуговування в поєднанні з організацією відпочинку.

Ресторан класу «вищий» – оригінальність інтер'єру, вибір послуг, комфортність, різноманітний асортимент оригінальних, вишуканих заказних і фірмових страв складного приготування; винно-горілчані, тютюнові і кондитерські вироби; підвищений рівень обслуговування в поєднанні з організацією відпочинку.

Ресторан класу «перший» – гармонічність, комфортність і вибір послуг, різноманітний асортимент фірмових страв складного приготування; винно-горілчані, тютюнові і кондитерські вироби; високий рівень обслуговування в поєднанні з організацією відпочинку.

Бар – спеціалізоване підприємство, що стало прототипом корчми, де персонал відгороджувався від відвідувачів бар'єром і напої виставлялися на масивну стійку.

Бари – підприємства громадського харчування, в яких реалізуються напої та закуски. Їх обладнують в приміщеннях готелів, ресторанів, кафе. Вони можуть бути і самостійними підприємствами.

Бари, як і ресторани, мають категорійність: люкс, вищий, перший.

Бар класу «люкс» – вишуканість інтер'єру, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, широкий вибір заказних і фірмових змішаних, міцних алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, коктейлів, закусок, десертів, мучних кондитерських і борошняних виробів та закупних товарів.

Бар класу «вищий» – оригінальність інтер'єру, вибір послуг, комфортність, різноманітний асортимент оригінальних, вишуканих заказних і фірмових змішаних, міцних алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, коктейлів, закусок, десертів, мучних кондитерських і булочних виробів та закупних товарів.

Бар класу «перший» – гармонічність, комфортність і вибір послуг, різноманітний асортимент, у т.ч. заказних і фірмових, змішаних, міцних алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, коктейлів нескладного приготування, закусок, десертів, мучних кондитерських і булочних виробів та закупних товарів.

В барах категорії люкс, вищої та першої споживачів в залі обслуговують офіціанти, за барною стійкою – бармени, в барах другої категорії у залі використовується самообслуговування, за барною стійкою споживачів обслуговує бармен, за буфетним прилавком – буфетник.

В барах категорії люкс, кількість місць за барною стійкою відповідає не менш 50% кількості місць за столами, вищої категорії – не менш 25%, першої категорії – не менш 20%. В барах категорії люкс і вищої на кожне місце за барною стійкою передбачається не менш 0,8 м довжини стійки, першої та другої категорії – 0,6 м. Співвідношення місць за різними столами в барах категорії люкс таке, як і в ресторанах відповідної категорії. В барах вищої категорії: за двомісними столами – 80%; чотиримісними – 20%; першої категорії: за двомісними – 15%; чотиримісними – 85%; другої категорії: за двомісними – 10%; чотиримісними – 90%.

В барах різної категорії правила забезпечення посудом, меблями, засобами реклами, музикальним обслуговуванням такі ж, як і в ресторанах відповідної категорії.

За асортиментом продукції розрізняють бари: загального призначення та спеціалізовані – десертні, вітамінні, молочні, пивні; за призначенням – танцювальні, диско-бари, ігрові (кегельбан). Обслуговування в них організують за барною стійкою чи за стійкою та столами.

Бари загального призначення організують при готелях в приміщеннях, суміжних з вестибюлем, холах, ресторанах, поряд основної зали чи у залі кафе. Тут реалізують різноманітні коктейлі, бутерброди, кондитерські вироби, фрукти, соки.

Вітамінний бар – це підприємство, що спеціалізується на приготуванні безалкогольних коктейлів, соків, салатів з овочів, фруктів, ягід та гарячих напоїв.

Інтер'єр бару повинен відповідати сучасним естетичним вимогам. Бар обладнують стійкою, низькотемпературними прилавками для морозива, заморожених фруктів, ягід, кавоварками, фризерами для приготування м'якого морозива з фруктово-ягідними наповнювачами.

У асортименті бару повинні бути морси, відвари шипшини, трав, буряку, фруктово-молочні напої на основі кип'яченого молока, вершків, кефіру, протертого сиру, фізи на основі соків, сиропів, соки, мінеральні фруктово-води, тонізуючі напої на основі чаю, кави, холодні чи гарячі в залежності від пори року.

У барі також мають бути закуски, салати з овочів, з фруктів, коктейль-салати із фруктів, фрукти, ягоди у натуральному вигляді, в сиропі, із сметаною, збитими вершками, фруктово-ягідні пюре; кондитерські вироби з наповнювачами меду, цукатів, фруктів, фруктово-ягідного желе.

Десертний бар – це невелике підприємство, в якому наданий широкий асортимент змішаних напоїв на основі соків, відварів фруктів, ягід, коктейлів групи коблер, жельовані солодкі страви, фрукти, ягоди в сиропі, зі збитими сливками, сметаною. Асортимент доповнюють два-три найменування морозива з наповнювачами, декілька найменувань кондитерських виробів. В залежності від сезону в барі використовують свіжі чи консервовані, висушені фрукти, ягоди, кавуни, дині, цитрусові, ананаси, банани.

В барі використовують різноманітні види музичної апаратури. Обслуговують бармени та офіціанти.

Танцювальні бари організують в окремо стоячих установах при готелях. Вони працюють переважно у вечірній час.

У залі виділяють місце для оркестру, танців, концертних виступів. При проектуванні таких барів на одне місце відводиться до 1,8 – 2 м за столиками та 0,4 – 2 м для танцювальної площадки.

Споживачів обслуговують поряд стойки бармени, а за столиками у залі – офіціанти. Асортимент продукції, яка реалізується, складається з вин, освіжаючих напоїв, коктейлів, а також невеликого асортименту холодних та гарячих закусок.

Одним з видів танцювального бару є диско-бар, призначений для організації вечорів відпочинку молоді та святкових вечорів. Вхід в ці підприємства сплачується заздалегідь. У вартість квитка включають вартість послуг музичного обслуговування, витрат на проведення лотерей, святкової вечері, меню якої розробляє підприємство.

Місце для танців в таких барах має бути передбачено при плануванні зали чи поряд бару у суміжному приміщенні.

Ігрові бари – підприємства, в яких реалізація коктейлів, спеціальних закусок, гарячих напоїв здійснюється у залах, де встановлені різноманітні ігрові автомати.

Ігрові бари розташовують в готельних комплексах та зонах відпочинку населення. Споживачів обслуговують бармени у стійки чи офіціанти за замовленнями.

Особливою групою підприємств громадського харчування є бари, призначені для реалізації певного виду виробу: гриль-бари, «снек»-бари, вітамінні.

Гриль-бари – підприємства, призначені для реалізації виробів з м'яса, птиці, риби, жарених в електрогрилях, а також гарячих та холодних напоїв, натуральних вин, кондитерських виробів.

Розташовують гриль-бари в залах великих ресторанів, готельних комплексів та місцях відпочинку населення.

«Снек»-бари – підприємства, що поєднують у собі функції бару та закускової. Поряд з організацією харчування в них реалізують різноманітні коктейлі та створюють умови для відпочинку відвідувачів. Ці підприємства розташовують в великих торгових центрах, на автострадах, центральних магістралях міста, у місцях масового відпочинку.

Буфет – підприємство громадського харчування, в якому реалізують головним чином холодні закуски, солодкі страви, холодні та гарячі напої, соки, кондитерські вироби. Буфети отримують продукцію від підприємств, філіями яких вони є, вони призначені для швидкого обслуговування споживачів.

Кафе – підприємство з організацією харчування і відпочинку гостей з наданням обмеженого асортименту продукції (в порівнянні з рестораном). На класи кафе не класифікують.

В залежності від асортименту продукції і контингенту споживачів кафе поділяють на дві групи:

1. За асортиментом реалізуємої продукції – кафе-морозиво, кафе-кондитерська, кафе-молочна, кафе-варенична і т. д.
2. За контингентом споживачів – кафе молодіжне, дитяче і т. д.

Кафе забезпечує виконання основної біологічної функції, тобто задоволення фізіологічних потреб з харчування. Важливою функцією кафе є соціальна функція – об'єднувати людей за інтересами, за формальним і неформальним статусом: літературні і театральні, студентські і артистичні.

Кафе як маленький ресторан, але з більш демократичним характером. Тут можна швидко і недорого отримати послугу харчування, зустрітись з другом, почитати газету, пограти в шахи, послухати музику.

Їдальні – підприємства ресторанного господарства – мають основне призначення приготування, реалізації та організації споживання переважно продукції власного виробництва за меню денного раціону, циклічних, комплексних сніданків, обідів, вечері, а також продають кулінарні вироби і напівфабрикати.

Їдальні не класифікують.

Їдальні поділяють:

- за асортиментом кулінарної продукції;
- загального типу і дієтичні;
- за контингентом споживачів: шкільні, студентські, робітничі, для спортсменів, корпоративні;
- за місцем розміщення: загальнодоступні, за місцем навчання, роботи, при лікувальних закладах, армії і т. д.;
- за формою обслуговування – самообслуговування.

Закусочні – підприємства з обмеженим асортиментом страв нескладного приготування і певного виду сировини, призначені для швидкого харчування. Основною функцією цих підприємств є задоволення фізіологічних потреб споживачів. Закусочні на класи не поділяють. Форма обслуговування – самообслуговування або комбінована. Закусочні класифікують за асортиментом кулінарної продукції: загального типу або спеціалізовані (варенична, пиріжкова, млинцева, бутербродна та інші).

Закусочні найшли широке розповсюдження як підприємства системної гастрономії (фаст-фуд): «Макдоналдс», «Бістро», «Швидко».

Загальні вимоги до закладів ресторанного господарства зазначені Національними стандартами.

ДСТУ 4281-20004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

1. Вимоги до закладів ресторанного господарства визначають відповідно до таких основних характеристик:

- місце розташування закладу і стан прилеглої території;
- вид, тип та особливі будівлі;

- комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;
- рівень оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, столовою білизною;
- процес обслуговування;
- асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, преїскуранту і карти вин;
- освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу;
- номенклатура додаткових послуг.

2. У всіх закладах ресторанного господарства має бути передбачено відповідність вимогам щодо безпеки життя і здоров'я, споживачів згідно з ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.010 та ГОСТ 12.1.019.

3. У всіх закладах ресторанного господарства має бути передбачено надання змоги інвалідам пересуватися у візках.

4. Відповідно до свого типу у закладах ресторанного господарства має бути передбачено наявність необхідних виробничих та побутових приміщень згідно з СанПіН № 42-123-4117, СанПіН № 42-123-5777, ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.019 та ГОСТ 17.2.3.02.

5. Відповідно до типу в закладах ресторанного господарства має бути передбачено наявність необхідного устаткування для готування і продажу їжі згідно з Рекомендованими нормами.

6. Склад і площі приміщень закладів ресторанного господарства передбачено привести у відповідність із вимогами, передбаченими ДБН В.2.2-9; ДБН В.2.2-3.

7. Відповідно до типу і класу закладу ресторанного господарства має бути передбачено наявність достатньої кількості столового посуду, приборів та столової білизни згідно з СанПіН № 42-123-5777.

8. Професійно-кваліфікаційний склад працівників виробництва і обслуговувального персоналу має забезпечувати виконання вимог згідно з Довідником.

9. Інформацію про тип і клас закладу, належність, режим його роботи треба розміщувати на фасаді приміщення.

Питання до розділу 2:

1. Дайте визначення підприємствам громадського харчування.
2. Організація роботи заготівельних, доготівельних та підприємств з закінченим циклом виробництва виробів.
3. Класи підприємств харчування.
4. Які фактори враховують при визначенні типу закладу.
5. Основні положення Держстандарту України ДК 009-96. «Класифікація видів економічної діяльності».
6. Загальні положення ДСТУ 4281-20004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».
7. Охарактеризуйте визначення «ресторан».
8. Охарактеризуйте визначення «бар».
9. Охарактеризуйте визначення «їдальня».
10. Охарактеризуйте визначення «кафе».

РОЗДІЛ 3.

ТЕХНОЛОГІЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ

3.1. Характеристика технологічного процесу

Організація технологічного процесу на підприємствах громадського харчування має ряд особливостей, пов'язаних зі специфікою громадського харчування. Підприємства громадського харчування виконують не тільки виробничі, а й торгові функції, тобто не тільки виробляють різноманітні страви і кулінарні вироби, а й організують реалізацію та споживання їх населенням.

Метою роботи підприємства харчування є задоволення потреб людини в їжі. Процес споживання їжі збігається за часом із процесом спілкування людей, виховання, розваги.

Вибір місця розташування підприємства харчування відбувається перед його будівництвом або при реконструкції раніше зведеного будинку в підприємство харчування. За оцінками експертів, вважається, що вдале розташування ресторану може на 30% підвищити його товарообіг.

Основною діяльністю підприємства харчування є приготування й реалізація їжі. Для розваги відвідувачів комфортабельні підприємства харчування запрошують музикантів, артистів. На балансі підприємства можуть значитися магазини, підсобні господарства та ін., що свідчить про розвиток неосновної діяльності підприємства.

Залежно від форми участі в основній діяльності підприємства виділяються підрозділи (цехи), результат діяльності яких виражається в кулінарній продукції, та підрозділи (відділи, служби), які не виробляють продукції, а виконують функції організації, управління та обслуговування виробництва (наприклад, дирекція, склад, бухгалтерія).

В основних цехах готується та реалізується їжа. У підсобних цехах відбувається миття сировини, тари, зберігання відходів тощо. Допоміжні служби необхідні для функціонування основних цехів і підприємства в цілому. Такі, зокрема, транспортні, енергетичні, ремонтні служби.

Продукція, яка випускається підприємствами громадського харчування, – швидкокопсувна й вимагає швидкої реалізації. Для відпуску споживачам свіжоприготовлених страв доцільно організувати їх випуск невеликими партіями за попитом.

Різні продукти та сировина, що використовуються для готування страв й кулінарних виробів, також не витримують тривалих строків зберігання. У зв'язку з цим організація технологічного процесу підприємства громадського харчування повинна забезпечити максимальне скорочення строків зберігання та обробки сировини, а також строків реалізації готової продукції.

Особливість підприємств громадського харчування полягає ще й у тому, що попит споживачів на продукцію підприємства змінюється залежно від цілого ряду факторів (сезону, платоспроможності населення та інше). Попит може змінюватися не тільки за днями тижня (святкові, суботи та неділі), але й протягом дня. У зв'язку з нерівномірністю потоку споживачів створюється нерівномірність завантаження виробництва. Все це необхідно враховувати в процесі виробництва при організації праці робітників. У години найбільшого напливу відвідувачів на окремих ділянках виробництва необхідно зосередити більшу кількість людей, використовуючи сумісництво професій та принцип взаємозамінності працівників. Так, у години «пік» частина кухарів може працювати на роздачі, чистильниці овочів – у мийній тощо.

Різноманітність сировини, що переробляється, реалізація продукції, споживаної на місці у великих кількостях, та безпосередній вплив її якості на здоров'я населення вимагають суворого дотримання правил санітарного режиму на виробництві та контролю за якістю страв. Тому велике значення для правильної організації технологічного процесу мають дотримання кухарями норм вкладення сировини відповідно до затверджених рецептурами, органолептична оцінка і бракераж готових страв та кулінарних виробів.

У громадському харчуванні, залежно від типу підприємства (ресторан, кафе, їдальня, закусочна), застосовують три форми технологічного процесу виробництва кулінарної продукції:

- виробництво продукції на всіх етапах (від обробки сировини до приготування готової їжі та її споживання);
- приготування продукції з напівфабрикатів та організація її споживання;

– організація споживання їжі та її незначна підготовка до відпустки споживачу.

Таким чином, за характером організації виробництва розрізняють підприємства з повним й неповним технологічним процесом.

На підприємствах з повним технологічним процесом приготування кулінарної продукції містить у собі:

- первинну обробку сировини;
- приготування напівфабрикатів;
- виготовлення готової продукції та її реалізацію споживачеві.

На підприємствах з неповним технологічним процесом завдяки централізованому надходженню напівфабрикатів здійснюють лише доготовку й реалізацію.

Продукти, що поступають на підприємство громадського харчування, умовно можна розділити на сировину, напівфабрикати та готову продукцію.

Сировина – це продукти, з яких виготовляють кулінарну продукцію (м'ясо, риба, овочі тощо) за наступною технологічною схемою: обробка сировини – приготування страви – реалізація.

Напівфабрикати – продукти, що надходять із підприємств (комбінатів харчування, кулінарних цехів тощо) у їдальні, ресторани, кафе, з яких потім виготовляють страви та кулінарні вироби за скороченою технологічною схемою: теплова обробка напівфабрикатів – реалізація.

Готова продукція – це страви та кулінарні вироби, які готові до споживання та реалізовані на підприємствах громадського харчування. Готова кулінарна продукція виготовляється із сировини та напівфабрикатів, її у громадському харчуванні називають власною продукцією виробництва. Продукти та товари, реалізовані без кулінарної обробки, називають покупними товарами.

На великих підприємствах громадського харчування існує цехова структура виробництва: заготівельні цехи (овочевий, м'ясний, рибний), доготовчі (гарячий, холодний). Це дозволяє більш раціонально організувати роботу, механізувати окремі виробничі процеси, раціонально використати кваліфікованих працівників.

Прогрес в організації виробництва підприємств харчування обумовив необхідність створення механізованих промислових підприємств з виробництва напівфабрикатів, а також спеціальних заготівельних підприємств для механічної кулінарної обробки си-

ровини. Одночасно починає скорочуватися кухня підприємств харчування (за площею, кількістю та робочими параметрами відповідного встаткування). Відпадає необхідність у заготівельному цеху.

Сучасні технології дозволяють розділяти за часом та простором стадії обробки сировини, напівфабрикатів, кулінарних виробів. Підприємства харчування з неповним технологічним циклом, зайняті лише додатковою обробкою кулінарних виробів, представляють прогресивний напрямок розвитку індустрії харчування. Сировиною для таких підприємств є напівфабрикати, кулінарні вироби. Для того щоб забезпечити найбільшу ефективність праці працівників, встановити послідовність їх виходу на роботу з урахуванням конкретних умов виробництва і домогтися своєчасного випуску продукції, щомісяця розробляються графіки виходу кулінарів на роботу. На невеликих підприємствах складається загальний графік, а на підприємствах з цеховою структурою – окремо для кожного цеху і бригади.

Для виконання різних технологічних процесів передбачаються приміщення:

- для прийому та зберігання сировини;
- виробничі;
- для споживача;
- службові й побутові;
- технічні.

При визначенні площі виробничих приміщень враховується характер виробничої діяльності підприємства (заготовче, доготовче, підприємство із закінченим циклом виробництва).

При проектуванні цієї групи приміщень повинна бути дотримана чітка послідовність обробки продуктів, випуску страв та кулінарних виробів, передбачена мінімальна довжина технологічних ліній, забезпечений зручний взаємозв'язок між приміщеннями всередині групи, а також з торговельними залами й приміщеннями для прийому та зберігання продуктів.

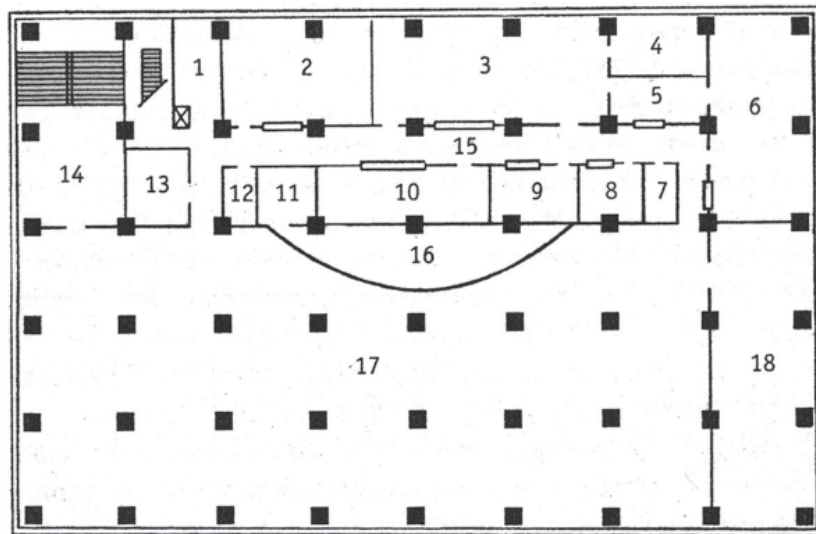
До приміщень для прийому та зберігання сировини належать: приймальна, не охолоджувані комори, охолоджувані камери, мийна тара.

Виробничі приміщення (кухня) у загальному випадку будуть складатися із заготівельних цехів (м'ясний, рибний, овочевий), доготовельних цехів (гарячий, холодний, кондитерський), сервізної, мийних для кухонного та столового посуду, буфета та роздавальної

(якщо відвідувачі обслуговуються офіціантами), приміщення завідувача виробництвом.

Приміщення для обслуговування споживачів включають аванзал, зали для споживачів, приміщення офіціантів, вестибюльну групу приміщень, артистичну. При самообслуговуванні відвідувачів сюди належать також буфет й роздавальня.

У службові та побутові приміщення входять: приміщення дирекції, управлінського персоналу, бухгалтерії, гардеробні, туалетні, душові, ванні для персоналу, білизняні, приміщення для прийому їжі персоналом. Майстерні, служби життєзабезпечення підприємства відносяться до технічних приміщень.



- 1 – комора сухих продуктів; 2 – холодний цех; 3 – гарячий цех;
 4 – мийна кухонного посуду; 5 – сервізна; 6 – мийна столового посуду; 7, 12 – каси; 8 – хліборізка; 9 – виний буфет; 10 – буфет;
 11 – кімната музикантів; 13 – приміщення для адміністратора;
 14 – аванзала; 15 – роздача; 16 – естрада; 17 – торговельний зал;
 18 – банкетний зал.

Рис. 3.1. – Планування приміщень ресторану [41]

Конкретний перелік приміщень підприємства харчування формується відповідно до санітарних вимог, норм, особливостей технології. Будинок оснащується складним інженерним устаткуванням. У всіх приміщеннях встановлюється система автоматичного виявлення пожежі, чутлива до димів й газів згоряння.

Очолоє підприємство директор. Завідувач виробництвом організує процес виробництва напівфабрикатів, кулінарних виробів, страв. Він контролює технологію, санітарію, гігієну кухні. У його функції входить щоденне складання меню, заявок на сировину. Адміністратор (метрдетель) організує роботу в залі для відвідувачів. У виробництві зайняті кухарі різної кваліфікації, кондитери, буфетники, офіціанти, прибиральники залу та інший персонал.

За ознакою зв'язаності управління розрізняють підприємства, об'єднані в мережі, та підприємства, що працюють самостійно. До найбільших ресторанних мереж США відносять Макдоналдс (із числом підприємств 9460, річними доходами 12 млрд дол.), Бургер Кінг, КФЦ, Уендиз тощо.

Залежно від асортиментів розрізняють підприємства комплексні, універсальні, спеціалізовані. Залежно від контингенту підприємства, який обслуговують, можуть працювати з постійним контингентом (таке підприємство харчування перебуває при готелі, санаторії тощо), зі змінним контингентом (наприклад, міський ресторан). Залежно від методу обслуговування розрізняють підприємства, у яких споживачі обслуговуються офіціантами; підприємства самообслуговування; підприємства змішаного обслуговування.

Підприємства харчування розрізняються також за повнотою технологічного циклу, обсягом та характером послуг, видом харчування, режимом роботи, часом функціонування та інших ознак.

Для постійного функціонування закладу харчування необхідно враховувати основну сировину. Основними факторами, які впливають на кількість закупуваної сировини, є:

- асортименти страв, напоїв;
- величина товарообігу підприємства;
- ємність і кількість складських приміщень.

При заданому обсязі товарообігу підприємство повинно мати необхідні товарні запаси. Забезпеченість товарообігу товарними запасами розраховується як:

$$T = \frac{3_{к.п.}}{O} \quad (3.1)$$

де T – забезпеченість товарообігу товарними запасами, дні;
 $Z_{к.п.}$ – величина товарних запасів на кінець досліджуваного періоду, грн.; O – товарообіг за день, грн.

Розрахований показник характеризує строк, на який вистачить товарного запасу. Показник необхідний для вивчення динаміки, структури товарних запасів.

При вирішенні питання про ефективне забезпечення товарообігу товарними запасами, з одного боку, варто виходити із завдання виконання безперебійного обслуговування клієнтів, а з іншого боку – враховувати припустимі строки зберігання продуктів, процеси зміни якості продуктів при зберіганні (виморожування, висихання, збільшення відходів та ін.).

Приміщення для прийому сировини повинно бути спеціально обладнане для виконання огляду продуктів, вивчення їхньої якості, зважування, перетаризації. Якщо фактичні дані відрізняються від відомостей, наведених у супровідних документах, то складається акт, беруться аналізи.

Зберігання продуктів відбувається в охолоджуваних (для швидкопсувних продуктів) камерах й не охолоджуваних коморах.

Розмір площі складських приміщень залежить від режиму зберігання окремих продуктів, величини запасу, габаритних розмірів тари. Повинні дотримуватися необхідні технологічні розміри й норми навантаження на 1 м^2 площі підлоги складського приміщення, температура зберігання.

Кулінарна продукція виготовляється відповідно до технологічної карти. Приводяться найменування страви, номер рецептури, норми вкладення сировини, утримується опис приготування страви. Вказується вихід основного продукту, гарніру, соусу, характеризується трудомісткість виготовлення, вимоги до якості страви.

Кухня являє собою дорогу частину підприємства харчування. Будь-які, навіть невеликі прорахунки в організації приготування їжі ведуть до додаткових поточних витрат підприємства. Ось чому прорахування організаційних рішень технології приготування їжі починається із проектування підприємства харчування.

Зони (або технологічні лінії) повинні бути оснащені сучасним встаткуванням. За допомогою механічного технологічного встаткування виробляються механічна обробка та міжопераційне транспортування продуктів. Прикладами механічного встаткування служать машини для мийки, очищення, нарізки овочів; м'ясорубки, рибо-

чистки, фаршеперемішувачі та інші. Механічне технологічне встаткування класифікується залежно від виду оброблюваних продуктів, від можливості сполучення технологічних операцій, за принципом роботи. До основних операцій, виконуваних механізованим способом, відносяться: здрібнювання, перемішування, взбивання, формування, обробка поверхні.

З метою контролю використання встаткування розраховується коефіцієнт використання механічного встаткування ($K_{вст}$), який дорівнює:

$$K_{вст} = \frac{B}{B_c} \quad (3.2)$$

де B – часи обробки механічного встаткування за добу;
 B_c – час роботи цеху протягом доби, годин.

При розрахунку часу роботи встаткування в увагу не приймається допоміжний та заключний час, а також час, витрачений на приготування бракованої страви, кулінарного виробу, напівфабрикату.

На великих підприємствах харчування (крім спеціальних заготовочних) значення коефіцієнта використання механічного встаткування не перевищує 0,8.

Способи теплової обробки продуктів різноманітні за температурним режимом, за видом та наявністю теплоносія, за пропорцією «продукт-середовище». Поряд з основними способами теплової обробки (варінням і жаркою) все частіше використовуються інтенсивні способи (наприклад, варіння виробу з наступним підігрівом). З метою додання стравам кращих смакових якостей застосовуються комбіновані та допоміжні (наприклад, пасерування, бланшування) способи.

Варіння продуктів відбувається в казанах, автоклавах, вакуум-апаратах, пароварочних шафах, СВЧ-апаратах тощо. Жарка виконується на електропательнях, у жарових шафах, у фритюрницях, електрогрилях й на іншому встаткуванні.

Теплове технологічне встаткування класифікується за рядом ознак. Залежно від джерела енергії виділяють електричне, газове, парове, твердо-вогневе встаткування. Залежно від принципу роботи встаткування може бути періодичної й безперервної дії.

Залежно від технологічного призначення розрізняють універсальне (плити) й спеціалізоване встаткування (автоклави, пательні, казани, шафи, стійки та ін.).

Теплове технологічне встаткування також класифікується за ступенем автоматизації, за способом обігріву та рядом інших ознак. Виграшними якостями сучасного кухонного встаткування є модульність та секційність.

Промисловість пропонує різні марки і моделі встаткування. До основних характеристик, за якими порівнюється однотипне встаткування, належать: джерела й витрата енергії, габарити та продуктивність встаткування, зручність експлуатації та обслуговування встаткування, безпека експлуатації, дотримання екологічних вимог, ступінь універсальності встаткування.

Необхідно стежити за експлуатаційним та технічним станом встаткування.

Для характеристики експлуатаційного стану наявного встаткування виділяють: установлене встаткування (діюче та недіюче); зайве встаткування. Розраховуються коефіцієнти використання наявного та установленного встаткування.

Для характеристики технічного стану встаткування виділяють:

- нове обладнання;
- справне встаткування;
- встаткування, що вимагає капітального ремонту;
- встаткування, яке піддається списанню.

У межах зони (або технологічної лінії) процес приготування їжі розбивається на окремі операції. Організація раціональних робочих місць, оснащених відповідним встаткуванням та інвентарем, допомагає персоналу з найменшими витратами праці виконати конкретну операцію.

Контроль якості продукції здійснюється як у процесі, так і по закінченню приготування страви. Розвивається автоматизований контроль процесу приготування страв. При органолептичному контролі виконується оцінка зовнішнього вигляду, апетитності, кольору, запаху, смаку й температури готової продукції.

У виробничих приміщеннях підприємства харчування слід строго дотримуватися правил гігієни та санітарії. Персоналу необхідно знати правила роботи з кухонним інвентарем та встаткуванням. Особливу увагу варто приділяти на стан підлоги, а також дотримуватися техніки безпеки.

Для полегшення та контролю роботи офіціанта розроблені електронні системи зв'язку залу і кухні. Забезпечується інформація про

обсяг торгівлі кожним офіціантом, про тенденції в реалізації окремих страв, про збитки й виборг. Система видає і корегує рахунок.

При вивченні якості обслуговування відвідувачів варто виділяти три складові: характеристику якості приготування страв (смакові властивості та зовнішній вигляд страви), тривалість обслуговування, а також властиво якість робіт, виконаних при обслуговуванні відвідувачів.

3.2. Загальні вимоги до виробничих приміщень та організації робочих місць

Специфіка роботи підприємств громадського харчування дозволяє визначити деякі загальні вимоги до виробничих приміщень їдальень, кафе, ресторанів та організації робочих місць на виробництві.

Організація роботи основного виробництва залежить від того, як організована робота цеху, відділу, ділянки, кожного робочого місця. Цехи організовуються у великих закладах ресторанного господарства. На невеликих і середніх закладах ресторанного господарства цехи відокремлюються умовно, тобто підприємства мають безцехову структуру.

Всі виробничі приміщення підприємств громадського харчування можна підрозділити на заготівельні, доготівельні, підсобні та допоміжні.

Заготівельні – це овочевий, м'ясний, рибний цехи на великих підприємствах; на підприємствах невеликої потужності – овочевий та м'ясо-рибний цехи.

Призначення заготівельних цехів закладів ресторанного господарства – первинна обробка сировини і виготовлення напівфабрикатів для постачання їх до гарячого цеху свого закладу ресторанного господарства, до доготівельних закладів та магазинів і відділів кулінарії.

При організації заготівельних цехів будь-якої потужності необхідно вважати на:

- забезпечення поточності виробництва;
- послідовність здійснення технологічних процесів;
- мінімальні технологічні та транспортні вантажні потоки;
- об'єднання у одних приміщеннях виробництв, які потребують

- однаковий температурний режим і вологість повітря;
- забезпечення вимог санітарії й заходів з охорони праці та техніки безпеки;
- розміщення складських охолоджувальних приміщень в одному блоці.

До заготівельних цехів закладів ресторанного господарства, що працюють на сировині, належать: м'ясний, рибний, овочевий, птахогольовий. У підприємствах невеликої або середньої потужності може організуватися м'ясо-рибний цех. У закладах ресторанного господарства, що працюють на напівфабрикатах, організується один заготівельний цех – цех доробки напівфабрикатів. У закладах ресторанного господарства, що працюють і на сировині, і на напівфабрикатах, організуються, як правило, цех доробки напівфабрикатів та овочевий цех. Але в таких закладах можуть бути й інші сполучення цехів. Спеціалізовані цехи організуються як самостійні в складі заготівельних закладів або у великих ресторанах і кафе.

До **доготівельних** належать гарячий і холодний цехи; до підсобних – цех з вироблення безалкогольних напоїв (на великих підприємствах).

До **допоміжних** – роздаткові, хліборізки, котломийки.

На великих підприємствах кондитерський цех – єдиний, який працює самостійно, незалежно від кухні.

Оптимальна площа виробничих приміщень, їх раціональне розміщення та забезпечення виробничих цехів необхідним обладнанням – основні умови правильної організації технологічного процесу приготування їжі.

При визначенні площі виробничих приміщень враховуються характер виробничої діяльності підприємства (заготівельні, доготівельні, підприємство із закінченим циклом виробництва), його потужність, розміри торгового залу і т. д.

При розміщенні виробничих приміщень дотримуються вимоги послідовності здійснення стадій технологічного процесу. Це дає можливість більш раціонально організувати працю робітників і ліквідувати зустрічні потоки сировини і готової продукції.

При підборі обладнання для виробничих цехів враховуються прийняті норми оснащення підприємств технологічним, холодильним та іншим обладнанням, встановлені в залежності від потужності і типу підприємства.

Різні види обладнання повинні розміщуватися у виробничих цехах у відповідності з характером технологічного процесу при дотриманні правил безпеки і охорони праці працівників. Так, відстань між машинами і апаратами – від 0,7 до 1,0 м, а між устаткуванням і стіною – 0,7 м; відстань між робочим фронтом плити і виробничими столами – 1,2 – 1,5 м і т. д.

Практика роботи українських і зарубіжних підприємств показала, що найбільш доцільний для сучасних підприємств громадського харчування лінійний принцип розміщення обладнання. Лінії комплектуються з окремих секцій, спеціалізованих на виконанні певних технологічних операцій. Всі секції повинні бути однакові по висоті та ширині (глибині), а довжина їх повинна бути кратною певної, встановленої для всіх секцій величиною (модулю). Обладнання, призначене для комплектування таких ліній, отримало назву секційного модульованого устаткування.

Лінійний принцип розстановки різних видів секційного обладнання забезпечує послідовність і зручну взаємозв'язок різних стадій технологічного процесу. Він також дає можливість створити найкращі умови роботи для обслуговуючого персоналу, забезпечує зручності для руху внутрішньоцехового транспорту, дозволяє завідувачу виробництвом вести спостереження за технологічним процесом.

Виробничі приміщення підприємств громадського харчування повинні мати висоту не менше 3 – 3,3 м. Для стін застосовують клейову фарбу світлих відтінків, а панелі стін на висоту 1,7 м облицьовують світлими керамічними плитками, які легко піддаються санітарній обробці. Для покриття підлог використовують плитку та інші водонепроникні матеріали, зручні для миття.

Важливу роль у дотриманні правил гігієни праці працівників грає правильне освітлення виробничих цехів. При природному освітленні робочі місця можуть бути віддалені від вікон не більше, ніж на 8 м. При штучному освітленні потрібний рівномірний розподіл світлового потоку для освітлення робочого місця. При використанні ламп денного світла норма 75 люксів. Лампи денного світла забезпечують точне сприйняття і передачу кольору, і економію електроенергії.

Для створення необхідних умов праці робітників чимале значення має температурний режим у виробничих приміщеннях. Так, у заготівельних цехах температура повітря не повинна перевищувати 16 – 18°C, у гарячому цеху – 22 – 25°C. Спеціальні вентиляційні системи повинні забезпечувати видалення перегрітого повітря, пари і газів, що відходять.

При використанні витяжної вентиляції відсмоктування повітря з виробничих приміщень більш сильний, ніж з торгових залів, тому рух повітря із зали йде в бік кухні. Проте нерідко для виробничих приміщень ресторану (кухні, мийної, холодного цеху) вентиляція витяжними каналами недостатня. Виділення великої кількості тепла, випарів, вологи машинами і пристроями вимагає застосування механічної припливно-витяжної вентиляції. Вентиляційні витяжки повинні бути розташовані над джерелом паротворення і тепла. Над основною кухонною плитою влаштовують вентиляційний навіс, відвідний випаровування і тепло, що утворюються під час приготування їжі.

У виробничих приміщеннях для створення і підтримки штучного мікроклімату та заданих температур, вологості, рухливості і чистоти повітря застосовують кондиціонери.

Виробничі приміщення забезпечуються холодною і гарячою водою та каналізацією. Вода підводиться до ванн, раковин, а також до плит, котлів та іншого обладнання. При влаштуванні каналізації передбачається швидке видалення стічних вод. Ванни, раковини, умивальники забезпечуються гідравлічними затворами, попереджувальними проникнення каналізаційних запахів.

Чітка організація технологічного процесу, продуктивність праці робітників багато в чому залежать від правильної організації робочих місць у виробничих цехах.

Робоче місце – частина площі цеху, на якій зосереджені обладнання, інвентар, інструменти, необхідні для виконання працівником тих чи інших операцій технологічного процесу.

Застосування секційного модульованого устаткування створює широкі можливості для раціональної організації робочих місць і підвищення загальної культури виробництва. При плануванні робочих місць із застосуванням секційного модульованого устаткування дотримуються наступні вимоги.

Робочі місця розміщуються у відповідності з послідовністю виконання різних операцій технологічного процесу приготування їжі. При цьому враховується можливість встановлення машин і механізмів без розривів. Це зменшує витрати часу на виконання операцій, так як кухарям не доводиться робити непродуктивних рухів, знижує стомлюваність працівників, забезпечує економію виробничої площі.

При розміщенні робочих місць враховується необхідність створення в зоні робочого місця найкращих психофізіологічних умов (вентиляція, достатнє природне або штучне освітлення та ін.).

При визначенні найбільш зручних (оптимальних) для працівника розмірів обладнання враховуються антропометричні дані (зростання працівника, довжина рук і т. п.). На підставі цих даних встановлено, наприклад, що відстань від кришки столу до зігнутою руки не повинна перевищувати 20 см: полиці навісних шаф рекомендується розміщувати на висоті 40 – 45 см від кришки столу; максимальна висота стелажів – 175 см. Це дозволяє створити умови для виконання роботи з найменшими витратами енергії.

Велике значення для правильної організації праці робітників має продумане розміщення на робочому місці інструменту, інвентарю, різних пристосувань, необхідних для виконання технологічних операцій. Інвентар, інструменти, які використовуються постійно, мають у своєму розпорядженні безпосередньо «під рукою»; ті інструменти, якими працівники користуються рідше, розміщують в деякому віддаленні. Сировина або напівфабрикати, що підлягають обробці, мають у своєму розпорядженні ліворуч, інструменти – праворуч. Інструменти, посуд, інвентар зберігають на полицях відведених для цієї мети шаф і стелажів або використовують решітки під виробничими столами.

При організації робочих місць кухарів враховують тип підприємства, його потужність, характер технологічного процесу, планування приміщення. Наприклад, гарячий цех зазвичай складається з двох паралельних ліній: лінії теплового обладнання та лінії немеханічного обладнання, розташованих на відстані 1,1 – 1,4 м один від одного. В лінію теплового обладнання встановлюють котли різної ємності для варіння бульйонів і супів, плити, фритюрниці, пательні. В лінію немеханічного обладнання встановлюють стіл з охолоджуючою шафою, де протягом невеликого терміну зберігаються жири, сметана, зелень, маслини, каперси, нарізані огіррки, шинка, м'ясо і т. п., стіл з вбудованою мийною ванною, столи для встановлення засобів механізації, зберігання інвентаря, спецій.

3.3. Схема переробки овочів, м'яса і риби, установки засобів механізації, зберігання інвентарю, спецій

В овочевому цеху здійснюються первинна обробка овочів і виготовлення овочевих напівфабрикатів.

Технологічний процес обробки картоплі та коренеплодів включає сортування (за якістю і розмірами), миття, очищення, дочістку,

сульфітацію (картоплі), промивання і нарізку. Обробка овочів інших видів відрізняється від обробки картоплі та коренеплодів. Так, цибулю, капусту в овочевих цехах очищають, промивають, нарізають. Помідори, огірки, редис, салат піддаються перебиранню, очищенню, промиванню і нарізці.

Особливості обробки овочів різних видів викликають необхідність застосування спеціального устаткування, яке підбирають залежно від потужності підприємства. Так, сортування картоплі виробляється на великих заготівельних підприємствах в сортувальних машинах. На дрібних підприємствах, де немає можливості для установки калібрувальних машин, ручне сортування картоплі та коренеплодів за розміром не проводиться.

Миття картоплі та коренеплодів здійснюється у спеціальних мийних або мийно-очисних машинах (на великих підприємствах) або картоплички з гладким диском (на невеликих підприємствах), а також у ваннах. Машини завантажують за допомогою транспортера, який подає картоплю з бункера овочевої комори. Вимиті овочі за допомогою іншого транспортера надходять в очисні машини, де картопля очищується, а потім здійснюється його дочістка ручним способом. Після механічного очищення картопля надходить на конвеєр для ручної дочістки до робочих місць чистильників овочів.

Дочіщену картоплю зберігають у воді. Коренеплоди після дочістки покривають вологою тканиною для запобігання від потемніння.

Наступна стадія обробки картоплі та коренеплодів – нарізка. Для цієї мети використовують овочерізки, нарізану картоплю соломкою, брусочками, скибочками. Фігурна нарізка картоплі здійснюється ручним способом на розділювальних дошках з дерева твердих порід за допомогою карбовочних ножів, виїмок, малого та середнього ножів кухарської трійки.

Капусту, огірки, кабачки обробляють ручним способом. Для шинкування овочів використовують шинкувальні дошки. Цибулю, часник і хрін обробляють на спеціальному робочому місці, обладнаному витяжною шафою. Підготовлені овочеві напівфабрикати в дерев'яних цebraх, окоренках, а також кошиках доставляють у гарячий цех.

При організації роботи овочевого цеху необхідно суворе дотримання правил охорони праці і техніки безпеки. Основні з них зводяться до наступних. До роботи на машинах можуть допускатися лише працівники, що знають їх пристрій і пройшли спеціальний інструктаж. Біля машин необхідно вивішувати правила роботи і плакати з техніки

безпеки. Працівникам забороняється опускати руки у робочі камери картофелечісток і овочерізок. Пускові пристрої машини повинні бути закриті, а машини – мати справне заземлення та занулення. Перенесення вантажів для жінок дозволяється вагою не більше 20 кг.

У цеху повинна підтримуватися температура не менше 15 °С. Для забезпечення вимог санітарного режиму необхідно своєчасно видаляти відходи з цеху.

Технологічний процес обробки м'яса не залежить від потужності цеху, але сама організація технологічного процесу розрізняється. У великих заготівельних підприємствах м'ясні цехи більш механізовані, в них застосовуються транспортери, підвісні й поточкові лінії та ін.

Виробнича програма цехів містить в собі: крупношматкові напівфабрикати з яловичини (товстий, тонкий край, верхній і внутрішній шматки задньої тазової частини та ін.); із свинини й баранини (корейка, окіст, лопаткова частина, грудинка й ін.); кістки; порціонні напівфабрикати з яловичини, свинини, баранини (антрекот, біфштекс, ескалоп та ін.); мілкошматкові напівфабрикати з яловичини (бефстроганов, піджарка, азу, гуляш); з баранини й свинини (шашлик, рагу й ін.); з рубаного м'яса (біфштекс, котлети, шніцелі); перець, кабачки, фаршировані м'ясом і рисом.

Терміни зберігання основних видів м'ясних напівфабрикатів при температурі +2 ... +60 °С: крупношматкові – до 48 год., фасованого м'яса (від 2,5 до 1,0 кг.) і порціонних напівфабрикатів без паніровки – до 36 год., порційних у паніровці, дрібношматкових, костей харчових, субпродуктів охолоджених, шашлику маринованого – до 24 год., січених, у т.ч. підвищеної харчової цінності й комбінованих – до 12 год., а січений заморожений біфштекс зберігається при температурі не вище +50 °С – до 48 год.

Призначення м'ясного цеху – виробництво напівфабрикатів різних видів з яловичини, свинини, баранини, птиці і дичини. На підприємствах з великим обсягом виробництва, що постачають м'ясними напівфабрикатами інші підприємства громадського харчування, для м'ясного цеху виділяють окреме приміщення.

На підприємствах невеликої потужності із закінченим циклом виробництва обробка м'яса та риби може здійснюватися в одному приміщенні, при обов'язковому дотриманні вимог санітарного режиму.

Підприємствам громадського харчування м'ясо нерідко надходить замороженим. Тому перша операція технологічного процесу

обробки м'яса – дефростація, тобто відтавання. Для цього використовують охолоджувані камери і дефростери, де туші зберігають у підвищеному стані при плюсовій температурі. Обсушують туші, використовуючи вентилятор або бавовняну тканину.

Наступна операція – розрубка туші на частини – здійснюється за допомогою стрічкової або циркулярної пили. На дрібних підприємствах туші ділять на частини на разрубувальному столі (круглої колоди з твердих порід дерева) різницькою сокирою і ножем-рубачом. Великий ніж-рубач використовують для рубання кісток баранини, птиці, дичини, малим нарубають дрібні кістки і м'ясо для рагу.

Потім проводять обвалювання, зачистку та нарізку м'яса на порції. Ці операції здійснюються на виробничих столах з кришками з нержавіючої сталі, дюралюмінію або мармуру.

Обвалювання м'яса – підрізування м'якоті та зняття її з кістки – виробляється за допомогою великого та малого обвалювальних ножів. Зачистка м'яса і нарізка його на порції – за допомогою великого, середнього та малого ножів (кухарської трійки). При цьому великим ножем нарізають великі шматки, середнім – дрібні і знімають філе, малим зачищають окремі частини туші і виконують деякі інші операції.

У великих цехах робочі місця з виробництва порційних і дрібношматкових напівфабрикатів можуть організовуватися на паралельних лініях. По обидва боки лінії розташовуються виробничі столи. На робочому місці виготовлювача напівфабрикатів розміщують обробну дошку, ліворуч від неї – лоток з м'ясом, праворуч – лоток для напівфабрикатів, середній ніж кухарської трійки, мусат. За обробною дошкою встановлюють терези.

Для виробництва рубаних напівфабрикатів організують кілька робочих місць, які й становлять технологічну лінію. На цих робочих місцях передбачається ванна для замочування хліба, м'ясорубка, фаршмішалка або кутер, котлетоформувальна машина.

У невеликих м'ясних цехах використовують машини з меншою продуктивністю або різні універсальні електроприводи зі змінними механізмами (м'ясорубкою, розрихлювачем, фаршмішалкою). У таких цехах м'ясо розморожують у підвищеному стані над трапом або у ваннах із проточною водою.

Робота м'ясного цеху заготівельного підприємства залежно від потужності організується в одну або дві зміни. У великих цехах можуть організуватися окремі бригади обвальників, жиловщиків, виготовлювачів напівфабрикатів.

Обвалювання м'яса виконують обвальники III, IV і V розрядів. Жиловку м'яса виконують жиловщики I, II і III розрядів. Нарізку напівфабрикатів здійснюють виготовлювачі напівфабрикатів III і IV розрядів. У м'ясних цехах ресторанів, їдалень працюють кухарі III і IV розрядів.

У великих м'ясних цехах працівники протягом робочого дня зайняті однорідною роботою, тобто застосовується поопераційний розподіл праці. У невеликих м'ясних цехах кухар виконує по черзі кілька операцій.

Для приготування фаршу на великих підприємствах застосовують м'ясорубки, куттери, фаршмішалки; на дрібних – універсальні приводи зі змінними механізмами або використовують настільні м'ясорубки.

Для обробки птиці, дичини і гольян на великих підприємствах виділяють спеціальне приміщення з опаленням, на невеликих відводяться спеціальні робочі місця. Централізоване виробництво напівфабрикатів з курей, обробку субпродуктів здійснюють птахогольові цехи.

Виробнича програма таких цехів містить у собі: тушки курей і курчат напівпатранні, філе натуральне й філе паніроване, стегенця курячі й індичачі, грудинка куряча; стегно, гомілки курячі й індичачі; субпродукти курей й індичок. Крім птиці, в цеху обробляють субпродукти (нирки, печінку, язика, серце та ін.).

Технологічний процес обробки напівпатраної птиці включає наступні операції: розморожування, обпалювання, відокремлення голови, шийки, ніжок, потрошіння, миття, формування тушок, обробка потруху, виготовлення напівфабрикатів, охолодження, розфасовка й упакування, маркування, зберігання, транспортування.

У великих птахогольових цехах передбачається організація трьох основних ділянок: для розморожування, для обпалювання, для потрошіння птиці й виробництва напівфабрикатів.

Розморожують тушки в дефростері при температурі від +4 до +6 °C і відносної вологості повітря 85% протягом 10 – 12 год. Для розморожування тушки укладають на стелажі в один ряд так, щоб вони не стикалися між собою. Після дефростації стелажі викочують у приміщення для обпалювання птиці в опалювальних горнах. Тривалість обпалювання не повинна перевищувати 30 секунд.

На першій лінії встановлюється конвеєр, уздовж якого розміщуються робочі місця для потрошіння птиці. На початку цієї лінії на разрубувальному столі за допомогою ножа-рубача або спеціальної

машини видокремлюють голови, шиї, крила, ніжки. На цих робочих місцях використовують виробничі столи з вбудованими ваннами, обробні дошки, лотки для збору патраної птиці й потроху, а також стільці, тому що ці операції виконуються сидячи. На цих операціях використовують різний інвентар: ножі-рубачи, ножі кухарської трійки, спеціальні ножі з серповидними лезами для потрошіння птахів, пінцет для видалення пір'яних пеньків з тушок та ін.

На другій лінії організують робочі місця для формування тушок в «кишеньку», «у дві нитки» і приготування порціонних і січених напівфабрикатів. Для приготування січених напівфабрикатів із птиці робоче місце оснащують універсальним приводом зі змінними механізмами (м'ясорубкою, фаршмішалкою), виробничим столом з вбудованою холодильною шафою для зберігання запасу напівфабрикатів. На столі передбачають терези й обробну дошку. При виготовленні напівфабрикатів використовують наступний інвентар: ножі кухарської трійки, сито, сапку для відбивання філе, мусат для гостріння й виправлення ножів.

На третій технологічній лінії проводиться обробка субпродуктів. На цих робочих місцях передбачають виробничі столи, розробні дошки, мийні ванни. Для охолодження напівфабрикати укладають у металеві ящики або лотки й відправляють у холодильні камери, де вони зберігаються при температурі 0 ... +6 °С протягом 48 год. (для натуральних напівфабрикатів) і до 12 год. (для січених напівфабрикатів).

Термін зберігання напівфабрикатів на підприємстві виготовлювача відповідно 12 і 6 год.

Первинна обробка птиці в ресторанах і їдальнях виробляється на ділянці, відокремленій у м'ясо-рибному цеху підприємства. Технологічні операції з обробки птиці здійснюються аналогічно операціям у птахогольовому цеху заготівельного підприємства. Асортименти напівфабрикатів залежать від меню.

У ресторанах, крім сільськогосподарської птиці, обробляють дичину за тією ж технологічною схемою.

Усі виробничі операції виконуються кухарями III, IV і V розрядів. Овочеві цехи організують на підприємствах великої й середньої потужності. Овочевий цех розміщується, як правило, у тій частині підприємства, де перебуває овочева камера, щоб транспортувати сировину, минаючи загальні виробничі коридори. Цех повинен мати зручний зв'язок з холодним і гарячим цехами, у яких завершується випуск готової продукції.

Асортимент і кількість напівфабрикатів, які виробляються цехом, залежать від виробничої програми закладу і його потужності. Технологічний процес обробки овочів складається із сортування, миття, очищення, доочищення після механічного очищення, промивання, нарізки. Основним устаткуванням овочевого цеху є картопличистки різної потужності, овочерізальні машини або універсальні приводи, а також немеханічне устаткування (виробничі столи, столи для доочищення картоплі, мийні ванни, підтоварники, ларі для овочів). Робочі місця оснащують інструментами, інвентарем для виконання певних операцій.

У рибному цеху здійснюються первинна обробка риби та виготовлення рибних напівфабрикатів. Технологічний процес обробки риби включає наступні операції: відтавання мороженої риби, вимочування солоної, очищення від луски, патрання і промивання, оброблення, приготування напівфабрикатів і їх зберігання. Централізоване виробництво напівфабрикатів з риби здійснюється в рибних цехах заготівельних підприємств. У виробничу програму цеху входять наступні напівфабрикати: риба спеціального оброблення – охолоджена й морожена; порціонні шматки риби, панірованої у сухарях; котлети, биточки, тюфтельки, рибні фрикадельки.

У цеху організують лінію обробки риби з кісткою та відділок для обробки частикової риби (риба червоних порід).

Технологічний процес обробки риби з кісткою включає наступні операції: розморожування, зачищення луски; зрізання плавців, відокремлення голів, потрошіння, промивання, фіксація в охолоджену розсолі, охолодження напівфабрикатів, упакування, маркування, зберігання й транспортування.

Розморожують рибу в дюралюмінієвих ваннах або ваннах з вуглецевої сталі (лудіння) з двома відділеннями в проточній або періодично змінній воді. Вивантажують рибу з ванн дротяними черпаками. Камбалу, лина, осетрові риби для полегшення подальшої обробки обливають. Для цієї мети до ванн підводять гарячу воду і використовують грати з ручками. Велику рибу осетрових порід розморожують на металевих стелажах з піддоном знизу при кімнатній температурі.

У великих цехах процеси обробки риби з кістковим кісткою здійснюють на механізованих лініях. Морожену рибу з кісткою звільняють від тари, укладають у гранчасті контейнери і направляють до ванн для дефростації риби. Контейнери з рибою занурюють

у ванни з 3 – 5% розчином повареної солі при температурі води не вище +150 °С на 2 – 3 год. Після дефростації рибу вивантажують у пересувні ванни та направляють до конвеєрної лінії обробки риби. Очищують рибу від луски за допомогою лузкоочищувальної машини, а плавці зрізують плавцерізкою, голови відокремлюють за допомогою спеціальних машин.

Потрошать рибу малими кухарськими ножами на спеціальних столах з жолобом, спинкою і бортами. Тут же відрубують голови, хвости і плавники. Хвости і голови відрубують середнім кухарським ножом на розділювальних дошках, плавники зрізають ножицями. Після потрошіння рибу промивають у ванні з двома відділеннями та укладають на деко.

Далі риба надходить на риборозділювальний конвеєр, уздовж якого розташовані робочі місця для потрошіння й промивання риби. Ці технологічні операції виконують вручну. На кожному робочому місці встановлюють виробничий стіл з убудованою мийною ванною. Робочі місця комплектують обробними дошками, ножами кухарської трійки.

Очищену й промиту рибу завантажують у пересувні ванни й направляють до чана для фіксації в 18% розчині повареної солі з температурою +4 ... +6 °С. Тривалість фіксації 5 – 10 хв. Фіксація застосовується для скорочення втрат при зберіганні, транспортуванні і збереженні харчової цінності риби. Термін зберігання рибних напівфабрикатів (від закінчення технологічного процесу до реалізації напівфабрикатів) не повинен перевищувати 24 год., у тому числі на підприємстві-виготовлювачі – не більше 8 год.

Для виробництва порційних напівфабрикатів з риби, мілкошматкових і виробів з котлетної маси встановлюють виробничі столи, на яких розмішують обробні дошки, терези, тару для напівфабрикатів. Нарізку порційних шматків риби здійснюють великим ножом кухарської трійки.

На робочих місцях для приготування котлетної маси з риби використовують універсальний привід зі змінними механізмами, ванну для замочування хліба. На лінії обробки риб осетрових порід встановлюють виробничі столи, ванни. Рибу відтаюють на стелажах. Тривалість відтаювання 12 – 14 год. У процес обробки риби входить: відділення голови, ошпарювання, зрізання спинних плавників, витягування визиги, пластування риби на ланки, зачищення

поверхні ланок, промивання, укладання в тару, маркірування, транспортування. У рибному цеху на підприємствах середньої потужності переробляють всю рибу, яка надходить (у тому числі й осетрові породи) і виготовляють напівфабрикати максимального ступеня готовності – порціонні шматки, січені вироби. Потім рибні напівфабрикати надходять у гарячий цех для теплової обробки.

Приготування рибних напівфабрикатів здійснюється на окремому столі, де повинні знаходитися обробні дошки, комплект ножів кухарської трійки, спеції, ваги. На дрібних підприємствах для приготування рибного фаршу використовують м'ясорубку, на великих – універсальний привід з комплектом механізмів. Рибні напівфабрикати зберігають в охолодженому стані не більше 12 год., рибну масу – 6 год.

Якщо в цеху обробляють рибу осетрових порід, то для розморожування використовують металевий стелаж з піддоном; додатково встановлюють ванну з підігрівом для ошпарювання риби (температура води +80 ... +90 °С). Якщо таких ванн немає, використовують казани з гарячою водою.

На виробничому столі, де готуються напівфабрикати, повинні перебувати комплект ножів кухарської трійки, обробні дошки, набір спецій і настільні терези.

Інструменти зберігають у спеціальному ящику або у висувних ящиках виробничих столів. Тарою для напівфабрикатів служать функціональні ємкості або листи, які розмішують на стелажах і в холодильній шафі.

Для приготування рибного фаршу на невеликих підприємствах використовують м'ясорубку або універсальний привід зі змінними механізмами (м'ясорубкою, фаршмішалкою і розмелювальною машиною). Формують котлети вручну або використовують ті ж машини, що й у м'ясному цеху. Для зберігання напівфабрикатів використовують холодильні шафи та столи з охолоджувальною шафою.

Роботу рибного цеху організують в одну або дві зміни. У заготівельних підприємствах роботу очолює начальник цеху або бригадир. До складу працівників цеху входять виготовлювачі напівфабрикатів III і IV розрядів. Рибу осетрових порід обробляють працівники IV розряду.

У рибних цехах ресторанів, їдалень працюють кухарі III і IV розрядів; очолює роботу цеху завідувач виробництвом або бригадир.

М'ясо-рибні цехи організують при закладах середньої потужності (у ресторанах, їдальнях) з перервним виробничим циклом. У цих цехах передбачається обробка м'яса, птиці, риби в одному приміщенні.

З огляду на специфічний запах рибних продуктів, необхідно організувати роздільні потоки обробки м'яса й риби. Крім роздільного обладнання, виділяють окремо інструмент, тару, обробні дошки, маркіровані для обробки риби й м'яса.

На лінії обробки м'яса встановлюють ванну для промивання м'яса, розрубувальний стілець, виробничий стіл для обвалки м'яса, приготування напівфабрикатів, м'ясорубка, опалювальна шафа для обробки птиці. Крім того, в цеху встановлюють холодильну шафу для зберігання й охолодження напівфабрикатів.

Замість мийної ванни на ділянці обробки м'яса можна установлювати резервуари з трапом, викладені керамічною плиткою, з низькими бортиками.

М'ясо відтаюють й обмивають над трапом щіткою-душем. Для розрубки туші баранини або свинини використовують сокиру, а для приготування рагу – ножі-рубачи (великий і малий). Обвалювання м'яса виконують обвалочними ножами (великим і малим).

На робочому місці для приготування порційних і дрібношматкових напівфабрикатів встановлюють виробничий стіл, на який укладають обробну дошку, з лівої сторони від неї розташовують лоток із сировиною, а праворуч – з напівфабрикатами. За дошкою розташовують настільні терези. Для розпушування порціонних шматків використовують розпушувач від універсального приводу або цей процес виконують вручну за допомогою сапки. Шпигування м'яса коріннями або шпигом виконують за допомогою спеціальної голки. На робочому місці з виготовлення напівфабрикатів можуть використовуватися столи з убудованою холодильною шафою.

На робочому місці для приготування січених напівфабрикатів встановлюють ванни для замочування хліба або для цієї мети іноді використовують казани, які встановлюють на металеві підставки. Тут використовують механічне устаткування – м'ясорубку й фаршмішалку від універсального приводу. Біля виробничих столів розташовують пересувний стелаж для транспортування підготовлених напівфабрикатів у гарячий цех. На місцях обробки м'яса можна обробляти й птицю, але з розривом за часом.

На ділянці обробки риби встановлюють ванну для дефростації мороженої риби, столи для очищення й потрошіння риби. Потрошать рибу на виробничому столі вручну за допомогою малого ножа поварської трійки. Нехарчові відходи збирають у спеціальний бак.

Для приготування порційних напівфабрикатів організується окреме робоче місце.

Для приготування рибного фаршу використовують м'ясорубку, що не застосовується для приготування м'ясного фаршу.

Технологічний процес обробки риби осетрових порід здійснюється на тих же робочих місцях, що й обробка риб з кістяком. Рибні напівфабрикати укладають у лотки і зберігають у холодильних камерах при температурі не вище +5 °С. Термін зберігання – до 12 год., січених – не більше 6 год.

Загальне керівництво цехом здійснює завідувач виробництвом. Якщо в цеху працює 5 і більше працівників – призначається бригадир (кухар IV або V розрядів), який разом з іншими кухарями виконує виробничу програму.

У ресторані кухар V розряду виготовляє напівфабрикати для складних і банкетних страв, порційні напівфабрикати з яловичини, баранини, свинини. Кухар IV розряду обробляє рибу осетрових порід, заправляє тушки птиці, нарізає м'ясо й рибу на порції, виготовляє нескладні напівфабрикати. Кухарі IV і III розрядів здійснюють розрубку м'яса, обвалювання його частин. Кухар III розряду обробляє рибу частикових порід, виготовляє кнельну масу й напівфабрикати з неї, нарізає дрібношматкові напівфабрикати.

Як зазначалося вище, на дрібних і середніх підприємствах обробка м'яса та риби може здійснюватися в одному приміщенні – м'ясо-рибному цеху. Основна вимога при організації роботи такого цеху – забезпечення роздільної обробки м'ясних і рибних продуктів і роздільного зберігання напівфабрикатів з м'яса і риби. Обладнання, інвентар, тара, інструменти повинні бути окремими і мати відповідне маркування.

Важливе значення при виконанні технологічних операцій при обробці м'яса і риби має дотримання правил охорони праці і техніки безпеки. Найважливіші з них зводяться до наступних. При роботі на м'ясорубці м'ясо в машину прошттовхують тільки дерев'яним товкачиком (а не рукою).

3.4. Гарячий цех і схема приготування гарячих страв

У гарячому цеху завершується технологічний процес приготування їжі. Саме в цьому цеху здійснюється теплова обробка різноманітних продуктів, доводяться до готовності напівфабрикати, готуються перші, другі і солодкі страви, підготовляються продукти для холодних страв, а іноді (на невеликих за обсягом продукції, що випускається, підприємствах) випікаються кондитерські вироби.

Гарячий цех займає в закладі ресторанного господарства центральне місце. У тому випадку, коли гарячий цех обслуговує кілька залів, розташованих на різних поверхах, його доцільно розташувати на одному поверсі з залом, що має найбільшу кількість місць. На всіх інших поверхах повинні бути роздавальні із плитою для смаження порційних страв та мармітами. Постачання в ці роздавальні готової продукції забезпечується за допомогою підйомників.

Гарячий цех повинен мати зручний зв'язок із заготівельними цехами, зі складськими приміщеннями, холодним цехом, роздавальною й залом, мийницею кухонного посуду.

Температура в цеху за вимогами наукової організації праці не повинна перевищувати $+23\text{ }^{\circ}\text{C}$, відносна вологість повітря 60 – 70%. Такі параметри досягаються за рахунок потужної приточно-втяжної вентиляції (швидкість руху повітря 1 – 2 м/с).

Гарячий цех обладнується плитами, харчоварильні – котлами з підведенням холодної та гарячої води, жарочні шафи, електросковородками, холодильними шафами, стелажми, виробничими столами та ін. Застосування в гарячому цеху механічного встаткування залежить від типу й потужності закладу ресторанного господарства.

На великих підприємствах в гарячих цехах організуються два відділення: супів – для приготування перших страв і соусної – для випуску других страв, гарнірів, соусів.

Кількість кухарів у кожному відділенні визначається співвідношенням 1:2, тобто в суповому відділенні кухарів удвічі менше. У гарячих цехах закладів ресторанного господарства малої потужності такого розподілу, як правило, немає.

Супове відділення. Технологічний процес приготування супів складається із двох стадій: приготування бульйону й приготування супів на їх основі.

У їдальнях великої потужності, де асортимент супів невеликий (2 – 3 найменування), супи готують великими партіями, тому по-

трібно багато бульйону, що викликає необхідність використовувати стаціонарні казани – електричні, газові або парові. Частіше застосовують електричні казани місткістю 60, 100, 160 літрів. Над стаціонарними казанами встановлюють місцеву витяжну вентиляцію у вигляді парасолів, приєднану до загальної витяжної системи.

У ресторани, де бульйони готують у невеликих кількостях, для їхнього варіння використовують наплитні казани до 10 – 20 л. Крім стаціонарних електричних казанів, робоче місце для приготування супів включає лінію теплового встаткування й лінію немеханічного устаткування. Відстань між лініями повинна бути не менш 1,5 м.

У суповому відділенні цеху використовують наплитні казани ємкістю 5, 10, 15 і 20 л, пристрій варильний електричний й електричні стаціонарні котли різної місткості.

У ресторанах, де супи готують невеликими партіями, у гарячому цеху встановлюють марміти, що забезпечує збереження температури й смакових якостей супів. Супи повинні відпускатися з температурою не нижче $+75\text{ }^{\circ}\text{C}$, тривалість реалізації супів при масовому приготуванні – не більше 2 – 3 год.

До прозорих бульйонів готують гарніри у вигляді борошняних кулінарних виробів (піріжки, вагрушки, розтягаї). Для їхнього виготовлення організують окреме додаткове відділення (борошняне) або додаткові робочі місця. Замішують тісто в невеликих настільних тістомісильних машинах або в наплитних казанах, обробляють на виробничому столі з дерев'яним покриттям, використовуючи качалки, ручні тісторозділювачі, різці.

Для забезпечення високої якості перших страв велике значення має точне дотримання норм вкладення сировини і рецептур приготування страв, а також обладнання робочих місць кухарів мірної тарою, необхідним інвентарем (ложками, ножами та ін.).

На робочому місці кухаря повинні бути настільні або поштові ваги, комплект ножів кухарської трійки, обробні дошки. Для нарізки, шатківниці, протирання овочів використовують універсальний привід зі спеціальними механізмами, протиральна машина, для пасерування овочів – електричні пательні, для постачання гарячою водою – кип'ятильники безперервної дії. Крім того, на робочому місці кухаря, готують супи, влаштовують охолоджувану металеву стійку зі спеціями і приправами (гірку).

У ресторанах у зв'язку з виготовленням порівняно широкого асортименту перших страв набір продуктів гірки досить різноманіт-

ний: солоні огірки, цибуля пасерована з томатом, рубана зелень, оливки, маслини, лимон, грінки та ін. Гірка із задалегідь підготовленими продуктами дозволяє прискорити приготування перших страв.

При організації робочих місць кухарів у гарячому цеху сучасних підприємств громадського харчування, як зазначалося вище, використовується секційне обладнання з застосуванням лінійного принципу його розміщення. Всі теплове секційне обладнання встановлюється в лінію з одностороннім обслуговуванням. Глибина секційного обладнання не повинна перевищувати 1 м.

Лінійне розміщення устаткування дозволяє заощаджувати виробничу площу завдяки можливості встановлювати обладнання біля стіни або по центру кухні та поєднувати одну лінію теплового обладнання з іншою. При цьому передбачається пристрій загально-вентиляційного каналу над усім обладнанням.

В залежності від потужності підприємства, розмірів кухні і її планування використовують різні варіанти розстановки секційного обладнання. У невеликих кухнях теплове обладнання розташовують уздовж стін з пристроєм місцевих вентиляційних відсмоктувачів. Паралельно лінії теплового обладнання розміщують лінію виробничих столів. У кухнях більшої площі виділяють кілька робочих місць для кухарів, зайнятих приготуванням супів, других страв, і відповідно до цього розміщують обладнання по периметру приміщення, біля стіни і т. д. Окремі види теплового устаткування рекомендується встановлювати паралельно один одному. Це полегшує влаштування місцевих вентиляційних відсмоктувачів.

Для приготування перших страв поряд з котлами різної ємності встановлюють сковороди для припускання овочів, виробничі столи з вмонтованою ванною та пристосуваннями малої механізації.

У соусному відділенні готують різні другі страви у відвареному, смаженому, тушкованому, запеченому, припущеному вигляді. Для поліпшення якості страв велике значення має спеціалізація кухарів на приготуванні страв певного виду, що здійснюється на великих підприємствах.

Необхідне обладнання – електричні, газові та пароварочні котли для варіння овочевих і круп'яних страв, електропательні для смаження продуктів основним способом і у фритюрі, шашличні печі, електрофритюрниці, жарочні шафи та інше обладнання. Застосування спеціалізованого обладнання підвищує продуктивність праці кухарів, забезпечує правильність здійснення технологічного процесу приготування страв.

Все обладнання соусного цеху повинно використовуватися суворо у відповідності зі своїм призначенням. Так, для варіння продуктів на пару слід застосовувати пароварочні шафи або стаціонарні котли з сітчастими вкладишами, для обсмажування птиці або дичини, а також телятини, баранини і запікання кулінарних виробів – електрожарочні шафи. Автоматичне регулювання температури забезпечує правильний тепловий режим при запіканні виробів.

Для приготування страв з риби виділяється спеціальне робоче місце.

При централізованому приготуванні соусів на великих підприємствах використовують варильні котли, протиральні машини, електропательні, в невеликих сталевих соуси варять у наплитному посуді.

При організації робочих місць в соусному цеху враховуються ступінь поділу праці, спеціалізоване обладнання, обсяг і асортимент продукції, що випускається.

На великих підприємствах, оснащених сучасним спеціалізованим обладнанням, де є можливості для чіткого поділу праці, робочі місця розміщують по ходу технологічного процесу, щоб виключити непотрібні пересування працівників і прискорити виконання певних операцій.

У невеликих їдалень, де немає можливості для поділу праці і не застосовується спеціалізоване обладнання, робоче місце кухаря – це стіл і плита, розташовані на відстані не менше 1,5 м один від одного. Робоче місце кухаря повинно бути обладнане холодильною шафою для напівфабрикатів і стелажем. Необхідно також мати циферблатні та поштові ваги, обробні дошки, комплекти ножів і інші інструменти, судки зі спеціями і приправами.

У ресторані при розміщенні робочого місця враховується зручність відпустки офіціантам приготовлених страв порціями безпосередньо з плити.

Великі переваги при організації робочих місць кухарів, що готують другі страви, дає використання секційного обладнання з лінійною розстановкою. Для того, щоб все теплове обладнання використовувалося суворо за призначенням, лінії приготування других страв komponують з наступних секцій: плита з суцільною поверхнею для смаження, плити з конфорками, фритюрниці, спеціальна жарова шафа. Теплову лінію доповнюють марміти для зберігання гарнірів, других страв, виробничими столами з вмонтованою ванною та охолоджувальною ємністю.

Важливе значення для нормальної роботи кухарів у гарячому цеху має дотримання правил охорони праці і техніки безпеки.

Найважливіші з них: розбирати, змащувати, чистити обладнання можна тільки після зупинки машини і відключення її від джерел електроенергії, пари, газу. Відкривати кришки котлів і виливати їх вміст дозволяється не раніше ніж через 5 хв після припинення подачі пари або електроенергії. Перед закладкою продуктів у розпечений жир необхідно видалити з них рідину і закласти їх у напрямку від себе. Відкривати кришки котлів з киплячою рідиною слід з таким розрахунком, щоб пар виходив з протилежного боку. Котли з гарячою рідиною вагою більше 15 кг дозволяється знімати тільки вдвох.

Оскільки робота в гарячому цеху дуже різноманітна, там повинні працювати кухарі різної кваліфікації. Рекомендується наступне співвідношення кухарів у гарячому цеху: VI розряду 15 – 17%, V розряду 25 – 27%, IV розряду 32 – 34% і III розряду 24 – 26%.

У виробничу бригаду гарячого цеху входять також мийники кухонного посуду, кухонні підсобні працівники.

Кухар VI розряду, як правило, є бригадиром або старшим кухарем і відповідає за організацію технологічного процесу в цеху, за якість і дотримання виходу страв. Він стежить за дотриманням технології приготування страв і кулінарних виробів, порційних, фірмових, банкетних страв.

Кухар V розряду готує й оформляє страву, так як це вимагає найбільш складної кулінарної обробки.

Кухар IV розряду готує супи і гарячі страви масового попиту, пасерує овочі, готує пюре. Кухар III розряду підготовляє продукти (нарізає овочі, варить крупи, макаронні вироби, смажить картоплю, вироби з котлетної маси і та ін.).

У невеликих гарячих цехах роботу цеху очолює завідувач виробництвом. Холодні цехи призначені для приготування, порціонування й оформлення холодних страв, закусок, солодких страв і холодних напоїв. Виробнича програма холодного цеху складається на підставі асортименту страв, реалізованих через зал, магазини кулінарії, філії, а також відправляються у буфети та ін.

3.5. Холодний цех і схема виготовлення холодних страв і закусок

Призначення холодного цеху – приготування холодних страв і закусок з м'яса, риби, овочів та інших продуктів, а також солодких страв та бутербродів.

Холодний цех розташовується, як правило, в одному з найбільш світлих приміщень із вікнами, що виходять на північ або північний захід.

При розміщенні холодного цеху повинно передбачити його зручний зв'язок з кухнею, де здійснюється теплова обробка продуктів для холодного цеху, і з заготівельними цехами, звідки в холодний цех надходять продукти, що реалізуються потім без теплової обробки. Вироби холодного цеху відпускаються споживачам в посуді, тому мийна повинна знаходитися в безпосередній близькості до холодного цеху. Приміщення цеху повинно бути досить світлим, причому бажано, щоб вікна виходили на північний захід.

При організації холодного цеху необхідно враховувати, що продукція цеху після виготовлення й порціонування не піддається вдруге тепловій обробці, тому треба суворо дотримуватися санітарних правил при організації виробничого процесу, а кухарям – правил особистої гігієни.

Основні операції, здійснювані в цеху, – нарізка підготовлених продуктів, порціонування і оформлення холодних страв і закусок. Відповідно до цього організуються робочі місця кухарів, використовуються відповідне обладнання, інвентар, інструменти.

У зв'язку з тим, що в цеху готуються страви та холодні закуски не тільки з напівфабрикатів, що пройшли теплову обробку, але і з сирих продуктів, важливо розмежувати робочі місця з виготовлення продукції із сировини різних видів. Продукція цеху в основному швидко псується, тому обов'язково холодильне обладнання – шафи достатньої ємності і холодильні камери з додатковими полицями-гратами для короткочасного зберігання приготовлених виробів, низькотемпературний прилавок і льодогенератор. Холодні страви відпускаються після охолодження в холодильних шафах і повинні мати температуру +10 ... +14 °С, тому в цеху має бути передбачена достатня кількість холодильного устаткування.

З огляду на те, що в холодному цеху виготовляється продукція із продуктів, які пройшли теплову обробку, і з продуктів без додаткової обробки, необхідно чітко розмежувати виробництво страв із

сирих і варених овочів, з риби й м'яса, оселедцевих продуктів. У невеликих закладах у холодних цехах організуються універсальні робочі місця, на яких послідовно готують холодні страви відповідно до виробничої програми, а у великих холодних цехах організуються спеціалізовані робочі місця.

У холодних цехах використовують різне механічне устаткування: універсальні приводи й кухонні комбайни зі змінними механізмами. У невеликих цехах операції з нарізки сирих і варених овочів, перемішування салатів і вінегретів, збивання, протирання, вижимання соків в основному виконують вручну.

У цехах з великим асортиментом гастрономічних виробів, бутербродів використовують засоби малої механізації: машини для нарізки гастрономічних виробів; хліборізки; блендери, ручні розділювачі масла. Крім того, в холодних цехах використовується великий парк холодильного устаткування – це різні холодильні шафи, виробничі столи з охолоджуваною шафою, гіркою і емкістю для салату, низькотемпературні прилавки для зберігання й відпуску морозива, холодильні скрині.

У ресторанах і барах застосовують льодогенератори для одержання льоду, що використовують при приготуванні коктейлів, холодних напоїв. Підбір холодильного устаткування залежить від потужності холодного цеху, кількості продуктів і готових виробів, що підлягають зберіганню.

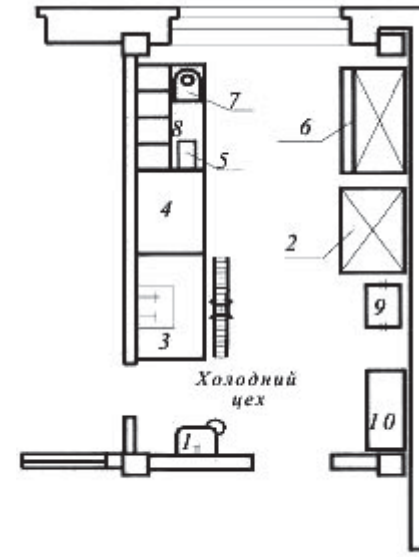
У холодних цехах закладів ресторанного господарства використовується і немеханічне, тобто допоміжне устаткування. Зразкове планування холодного цеху надано на рисунку 2.1.

Основне обладнання холодного цеху – універсальний привід з комплектом змінних механізмів, а також шинкою-ковбаси-різання, олієрозподільник, машина для нарізання овочів, виробничі столи з гірками, охолоджені ємностями і холодильною шафою.

У гірці зберігають продукти для приготування салатів і вінегретів. У холодильній шафі протягом короткого часу зберігають сири, ковбасу, холодець і ін. На столі повинні бути також обробні дошки і ваги.

Для очищення і нарізання продуктів вручну використовуються спеціальні пристосування та інструменти – яйцерізки, яблорізки, виїмки і ін.

При організації робочого місця кухаря для порціонування холодних страв і трохи ліворуч від виробничого столу ставлять сте-



Специфікація обладнання:

- 1 – мийна раковина;
- 2 – морозильний ларь;
- 3 – стіл з вбудованою мийною ванною;
- 4 – стіл виробничий;
- 5 – слайсер;
- 6 – холодильна шафа;
- 7 – міксер;
- 8 – стіл з засобами малої механізації;
- 9 – стелаж пересувний;
- 10 – стіл виробничий для готових страв.

Рис. 2.1 – Планування холодного цеху

лаж із чистим посудом, під кришкою столу зміцнюють полиці для інструментів і інвентарю, на столі встановлюють гірку для спецій і приправ та ваги. Праворуч встановлюють стелаж з тацями для приготованих страв і закусок.

На великих підприємствах виділяється робоче місце для приготування бутербродів. Іноді тут же виробляється і виготовлення солодких страв (на підприємствах з меншим обсягом роботи).

Так само, як і в інших цехах, в холодному цеху необхідно суворо дотримуватися правил техніки безпеки. Працювати на машині для нарізки гастрономічних продуктів дозволяється тільки кухарям, що пройшли інструктаж.

Не дозволяється знімати нарізані скибочки під час роботи. При роботі на універсальному приводі слід перевірити його справність, включивши холостий хід. При роботі на машині для нарізки овочів проштовхувати овочі можна тільки спеціальним товкачиком. Відкривати консервні банки можна лише спеціальними ножами.

У холодних цехах ресторанів і інших закладах із різноманітним асортиментом холодних страв і закусок виділяють технологічні лінії приготування холодних страв і закусок, солодких страв і напоїв. На цих лініях організують роздільні робочі місця для приготування салатів і вінегретів; нарізки гастрономічних м'ясних і рибних продуктів; порціонування й оформлення страв; бутербродів; холодних супів; солодких страв і напоїв. Для приготування заливних та фаршированих страв окреме місце не передбачається, бо ці страви готуються з сьогодні на завтра. Для чого використовуються будь-які робочі місця вільні у другій половині робочого дня.

Режим роботи холодного цеху встановлюється залежно від типу закладу й режиму його роботи. При тривалості роботи закладу 11 і більше годин працівники цеху працюють по гнучкому, двохбригадному або комбінованому графіку. Загальне керівництво цехом здійснює бригадир або відповідальний працівник з кухарів VI або V розряду.

3.6. Кулінарний та кондитерський цехи і схема виготовлення виробів

Спеціалізовані цехи – кулінарний та кондитерський цехи організують в заготівельних підприємствах і великих ресторанах, кафе, їдальнях.

У кулінарному цеху при заготівельному закладі виробництво засноване на використанні напівфабрикатів, одержуваних з м'ясного, птахогільового, рибного й овочевого цехів. Спеціалізовані кулінарні цехи готують продукцію з одного виду сировини. Такі кулінарні цехи організуються при овочевому і рибному цехах. Але частіше організують універсальні кулінарні цехи.

Для забезпечення послідовності технологічного процесу в складі приміщень кулінарного цеху передбачають гаряче, холодне, остужувальне відділення, комору добового запасу сировини, холодильну камеру добового запасу напівфабрикатів, холодильну камеру для зберігання готової продукції, експедицію, мийну посуду й інвентарю, приміщення начальника цеху.

Холодне й гаряче відділення кулінарного цеху розміщують в суміжних приміщеннях, остужувальне відділення – поруч із гарячим. При цьому повинен бути зручний зв'язок з експедицією, мийницею кухонного посуду й інвентарю.

Кулінарні цехи оснащуються сучасним високопродуктивним устаткуванням, поточно-механізованими лініями, а також спеціалізованим устаткуванням (фритюрницями, електричними пательнями, електричними казанами для приготування їжі та ін.). Це значно підвищує продуктивність праці, полегшує працю робітників.

У холодному відділенні кулінарного цеху організують робочі місця для виготовлення заливних страв, салатів і вінегретів. У відділенні встановлюють модульоване устаткування з охолоджуваними шафами, виробничі столи для засобів малої механізації, універсальні приводи, кухонні комбайни, мийні ванни, пересувні стелажі.

Технологічний процес приготування виробів аналогічний процесу в холодному цеху.

Виробнича програма цього відділення містить: оселедець рубаний, рибу й м'ясо заливні, холодець, паштет з печінки, маринад овочевий, салати й вінегрети. Теплова обробка продуктів здійснюється в гарячому відділенні цеху. Нарізки продуктів здійснюють спеціальними інструментами й пристосуваннями, які використовуються і в холодному цеху.

У гарячому відділенні кулінарного цеху виготовляють наступний асортимент кулінарних виробів – з овочів: овочі варені, котлети овочеві; перець, кабачки фаршировані, голубці; з м'яса, птиці, субпродуктів: язик, серце, м'ясо, птиця відварені; м'ясо, птиця, печінка смажені; з риби: риба смажена, котлети рибні; із сиру: сирники, млинчики із сиром, запіканки; з борошняних кулінарних виробів: вареники, пельмені, млинчики з м'ясом і іншими наповнювачами.

Робочі місця в гарячому відділенні цеху організують залежно від способів обробки й виду виготовленої продукції. Теплове та допоміжне устаткування застосовують таке ж саме, як і в гарячому цеху.

Режим роботи кулінарного цеху залежить від його виробничої потужності й асортименту продукції, що випускається. Кулінарні цехи, як правило, працюють в одну або дві зміни. Потужність цеху визначають кількістю продукції, що випускається у кілограмах, штуках відповідно до встановленої виробничої програми. Виробнича програма цеху на конкретний день залежить від заявок, що надходять від інших закладів ресторанного господарства.

В основному цеху працюють кухарі різної кваліфікації. Очолює цю роботу начальник цеху або бригадир, які відповідають за дотримання технології приготування виробів, якість і безпеку продукції; здійснюють розміщення кухарів, стежать за терміном виготовлення, зберігання й реалізації готових виробів.

Призначення кондитерського цеху – виробництво різноманітних борошняних кондитерських і кулінарних виробів. Продукція кондитерського цеху надходить для реалізації не тільки на основне підприємство.

Вони класифікуються за потужністю й асортиментом продукції, що випускається:

– малої потужності вважаються цехи, що випускають до 12 тис. виробів у зміну (або переробляє 0,6 т борошна);

– середньої потужності – 12 – 20 тис. виробів у зміну (або 0,9 т борошна);

– великої потужності – від 20 тис. виробів у зміну (або 1,5 т борошна).

У ресторанах, їдальнях, кафе організуються кондитерські цехи меншої потужності: 3, 5, 8 або 10 тис. виробів у день. Якщо у кондитерських цехах виготовлюється до 3 тис. виробів у день, то виробнича програма цеху містить вироби з 2 – 3 видів тіста (дріжджового, піскового, листового), без обробки кремом (коржики, кекси, язички листові та ін.).

У кондитерських цехах потужністю більше 3 тис. виробів у день випускаються вироби з різних видів тіста, у тому числі кремові.

Площа приміщень кондитерського цеху залежить від типу, потужності підприємства, чисельності працівників.

Планування приміщень кондитерського цеху повинно відповідати послідовності виконання операцій технологічного процесу і виключати можливість зустрічних потоків сировини та готових виробів.

Технологічний процес приготування кондитерських виробів складається з наступних операцій: просіювання борошна та приготування (заміс, бродіння) тіста, обробка (формовка) виробів, випічка, оформлення (оздоблення) кондитерських виробів, приготування сиропів, кремів, помадок, збитих білків. Для виконання цих операцій у відділеннях кондитерського цеху організують робочі місця.

Кондитерські цехи великої потужності передбачають наступний склад приміщень: комора й холодильна камера добового зберігання продуктів; приміщення для обробки яєць, приміщення для просіювання борошна; замісу й шумування тіста; розділки, розстоювання й випічки кондитерських виробів; приготування оздоблювальних напівфабрикатів; оздоблення кондитерських виробів; мийниці посуду, тари, інвентарю; комора й охолоджувальна камера готових кондитерських виробів; кімната начальника цеху; експедиція.

Такий склад приміщень поліпшує умови праці в цеху. У невеликих кондитерських цехах кількість приміщень може бути скорочена до 2 – 3. Розташування перерахованих приміщень і устаткування в них повинне відповідати послідовності й спрямованості технологічного процесу.

У кондитерському цеху використовують найрізноманітніше устаткування: просіювачі, тістомісильні машини, тісторозкочувальні, збивальні машини, універсальний привід з комплектом змінних механізмів (м'ясорубка, просіювач, протиральний механізм), котлами для приготування їжі, електричні плити, електричні пекарські шафи, холодильне устаткування.

Продукти, необхідні для приготування виробів, надходять у комору добового запасу. Швидкопсувні продукти (масло, яйця і та ін.) зберігаються в холодильній камері при +2 ... +4 °С. Основні продукти (борошно, яйця) піддаються попередній підготовці.

У приміщенні для обробки яєць застосовують овоскоп для перевірки якості яєць і чотири ванни для їхньої санітарної обробки або чотирисекційну ванну. У кондитерському виробництві забороняється використовувати яйця водоплавних птахів, яйця з «насічкою», «бій» і яйця з господарств, небезпечних на сальмонельоз й туберкульоз. Яйця перед використанням сортують, вибірково овоскопують і перекладають у ґратчасті ємкості для обробки. У приміщенні для обробки яєць повинна бути вивішена інструкція з їхнього миття й дезінфекції.

Яйця обробляють у такий спосіб:

- у першій ванні (секції) – замочування в теплій воді протягом 5 – 10 хв.;
- у другій ванні (секції) – обробка в 0,5% розчині кальцинованої соди з температурою +40 ... +45 °С протягом 5 – 10 хв.;
- у третій ванні (секції) – дезінфекція 2% розчином хлорного вапна, або 0,5% розчином хлораміну протягом 5 хв.;
- у четвертій – промивають у проточній воді.

Після обробки яєць перед їхньою розбивкою працівники повинні ретельно вимити руки з милом, продезінфікувати їх 0,2% розчином хлорного вапна. З метою виключення влучення яєць з запахом і іншими недоліками в загальну масу при розбивці користуються невеликими ємкостями, а потім переливають їх у загальний посуд.

Підготовка продуктів у невеликих цехах може здійснюватися в підготовчому відділенні, а також у тістомісильному відділенні, де

організують також робоче місце для виконання підсобних операцій: перебирання й промивання родзинок, приготування й проціджування цукрового сиропу й розчину солі. На цьому робочому місці встановлюють виробничий стіл з убудованою ванною, гнучким шлангом для заповнення діжі водою. Норма довжини стола на одне робоче місце не менше 1,25 м.

На робочому місці для приготування бісквітного тіста встановлюють збивальні машини різних типів.

Для приготування листкового тіста організують потокову лінію, до складу якої входять тістомісильна машина, тісторозкочувальна машина, виробничий стіл, холодильна шафа або стіл з охолоджувальною шафою, тому що при виготовленні листкового тіста його кілька разів необхідно охолоджувати.

Після замісу діжу із дріжджовим тістом відкочують у тепле місце, ближче до пекарських шаф.

Для приготування заварного тіста виділяється окрема ділянка, де встановлюють електричну плиту й виробничі столи. Тісторозкочувальна машина може застосовуватися також для розкочування дріжджового й піскового тіста. Для приготування листкового тіста його розкочують у машині не менше 4 разів, після кожного розкочування тісто охолоджують. У невеликих кондитерських цехах розкочують тісто ручним способом.

У кондитерських цехах застосовують для обробки тіста різні інструменти й пристосування (наконечники кондитерські, мішечки кондитерські, вінчик для збивання, качалки для розкочування тіста, різці для тіста, виїмки кондитерські, лопатки, невеличкі для розрізування тіста, ніж-пила для розрізання слойки, лійка для просочення кондитерських виробів, пензлика для змащування кондитерських виробів, ступка з маточкою, кільце для круглих тортів, шаблони для розподілу торта на порції, листи кондитерські, тарталетниці, щипці кондитерські).

Для приготування тортів з листкового тіста його розгортають на шари 4 – 6 мм, укладають на підготовлені кондитерські листи, які встановлюють на пересувні стелажі й направляють для випічки.

Випічка кондитерських виробів. Після оброблення, формування й розстоювання вироби піддаються тепловій обробці – випічці. Для випічки використовують жарочні шафи різної продуктивності.

У кондитерських цехах виготовляють оздоблювальні напівфабрикати: начинки, сиропи, помадки, креми, желе та ін. Варять сиропи для кремів і помадки в приміщенні для оброблення й випічки виробів.

На робочому місці повинні бути електричні 2- і 4-секційні плити, виробничі столи.

Приготування кремів здійснюється в окремому приміщенні, де встановлюється збивальна машина, виробничі столи з холодильними шафами або холодильними шафами окремо, стелажі. Масляні й білкові креми готують, збиваючи продукти на збивальних машинах.

Працівники цеху користуються різними пристосуваннями для нарізки й змочування бісквіта, оформлення тортів. Для пластування й розрізання напівфабрикатів з бісквітного, листкового й піскового тіста використовують дискові різці, ніж-пилку, пластинки мірні. Шари бісквітних тортів і тістечок, а також ромові бабки просочують сиропом за допомогою спеціальної лійки. Це прискорює процес роботи й сприяє рівномірній промочці поверхні виробів.

На робочому місці для обробки тортів і тістечок із кремом й іншими компонентами встановлюють стіл з охолоджуваною шафою. Кондитери оформляють вироби, наносячи рисунки за допомогою кондитерських мішків з різними насадками.

Під час роботи в кондитерському цеху потрібно дотримуватись наступних основних правил з безпеки. Забороняється до повної зупинки месильного важеля знімати пробу, завантажувати в діжу борошно та інші продукти, а також додавати їх в резервуар взбивальної машини під час її роботи. Виймати кондитерські листи з печей або пекарських шаф можна тільки в спеціальних рукавицях.

Готові кондитерські вироби направляються в комори або холодильні камери цеху для короткочасного зберігання. Виготовлені вироби укладають у спеціалізовану тару. Термін зберігання кондитерських виробів при температурі +2 ... +6 °С з моменту закінчення технологічного процесу повинні бути наступними:

- з білковим кремом – не більше 72 год.;
- з вершковим кремом, у т.ч. тістечка «Картопля» – 36 год.;
- з заварним кремом, із кремом з вершків – 6 год.

Транспортування кондитерських виробів здійснюється спеціалізованим транспортом з охолоджувальними або ізотермічними кузовами. Підготовлені до транспортування кондитерські вироби повинні мати маркірувальний ярлик із вказівкою зміни, дати й години готування, умов і строків зберігання. Перевезення разом з іншими продуктами забороняється.

Реалізація кондитерських виробів із кремом на підприємствах ресторанного господарства й торгівлі можлива тільки при наявності

холодильного устаткування. У теплий період року забороняється виготовлення тортів і тістечок із заварним кремом і кремом з вершків.

Керівництво кондитерським цехом здійснює начальник цеху. Він знайомить бригадирів з асортиментом виробів, які випускаються, розподіляє сировину між бригадами, контролює технологічний процес приготування всієї продукції.

У кондитерських цехах, як правило, застосовується лінійний графік виходу на роботу. У великих цехах робота організується у дві зміни, на невеликих підприємствах – в одну зміну. Бригади організуються або за видами продукції (одна виготовлює вироби із дріжджового тіста; інша – торти, тістечка), або за операціями технологічного процесу (замісу, оброблення і випічки виробів; оздоблення виробів). У кожній зміні працює дві, три бригади залежно від потужності цеху. Серед членів бригади здійснюється поопераційний розподіл праці.

Кондитери V розряду виготовляють фігурні, замовлені торти й тістечка. Вони здійснюють підготовку й перевірку якості сировини, наповнювачів, оздоблювальних напівфабрикатів, готування тіста, формування виробів, роблять художню обробку виробів.

Кондитери IV розряду виготовляють різні кекси, рулети, печиво вищих сортів, складні торти й тістечка.

Кондитери III розряду виготовляють прості торти й тістечка, хлібобулочні вироби. Вони готують різні види тіста, кремів, наповнювачів.

Кваліфікаційні вимоги до кондитера:

- кондитер повинен мати початкову або середню професійну освіту;
- знати рецептури й технологію виробництва борошняних кондитерських і булочних виробів з різних видів тіста, оздоблювальних напівфабрикатів;
- знати товарознавчу характеристику сировини, види смакових і ароматичних речовин, розрихлювачів і барвників, дозволених для виготовлення кондитерських виробів;
- дотримуватися санітарно-гігієнічних умов виробництва борошняних кондитерських виробів, їхні терміни зберігання, транспортування й реалізації;
- знати органолептичні методи оцінки якості кондитерських виробів;
- знати способи і прийоми високомистецької обробки складних видів кондитерських виробів;

– знати принципи роботи і правила експлуатації технологічного устаткування, що використовується при виготовленні кондитерських виробів.

Кваліфікаційні вимоги до кондитера зазначені відповідно до вимог стандарту галузі ОСТ 28-1-95 «Громадське харчування. Вимоги до виробничого персоналу»; цей стандарт використовується при проведенні сертифікації послуг підприємств ресторанного господарства.

Кондитери II розряду виконують окремі роботи в процесі виготовлення тортів, тістечок, готують сиропи й креми.

Кондитери IV розряду виконують роботу під керівництвом кондитерів вищого розряду, виймають із листів випечені вироби, зачищають кондитерські листи й форми.

Пекарі II і III розрядів випікають і жарять кондитерські, хлібобулочні вироби. Вони визначають готовність напівфабрикатів до випічки, підготовляють л'єзон і змазують вироби.

Пекарі повинні знати технологічний процес, режими і тривалість випічки кондитерських виробів; знати норми виходу готових виробів, чинники, які впливають на випікання, режим охолодження випечених виробів; знати пристрій, принципи пристрою та правила експлуатації устаткування, що обслуговується, інші ситуації, пов'язані з організацією роботи виробничих цехів закладів ресторанного господарства різних типів і класів; підбір устаткування й інвентарю для різних цехів (з урахуванням норм оснащення).

3.7. Мийна кухонного посуду, роздавальна

На всіх підприємствах громадського харчування мийну кухонного посуду розташовують поряд з гарячим цехом. У приміщенні мийної повинні бути підтоварник, на яких ставлять посуд, що надійшла для миття, тара для відходів їжі, ванни з двома відділеннями, стелажі з полицями-гратами для сушіння вимитого посуду, трап для стоку води.

У мийній встановлюють ванни із двома-трьома відділеннями. Для миття посуду використовують мийні засоби, щітки. Інвентар промивають у содовій воді при температурі не нижче 45 °С, а потім обполіскують гарячою водою (не нижче +60 °С) і 2% розчином хлорного вапна. Після миття інвентар просушують і зберігають на

стелажах. Для санітарної обробки кондитерських мішків, трубочок застосовують стерилізатор (автоклав), де мішки знежирюються, потім обполіскують і сушать у сушильній шафі, зберігають у спеціальних шафах або у висувних ящиках столів. При відсутності автоклава стерилізацію мішків роблять у плитних казанах кип'ятінням протягом 30 хв. з моменту закипання. Наконечники від мішків, дрібний інвентар також після обробки кип'ятять протягом 30 хв. і зберігають у спеціально виділеному посуді з кришкою. Ємкості, призначені для обробки й зберігання кондитерських мішків, наконечників і дрібного інвентарю, для інших виробничих цілей використовувати не дозволяється. Звичайно за кожною зміною закріплюються кондитерські мішки, які не дозволяється передавати іншій зміні, тому що навіть найменші залишки крему в мішках можуть привести до його бактеріального забруднення.

Використаний посуд, що надходить в мийну, попередньо очищується від залишків їжі за допомогою дерев'яних лопаток і промивається у спеціальних посудомийних машинах.

Посуд різного призначення не дозволяється мити в одній воді.

Так само, як посуд, миють обробні дошки, потім їх обдають окропом.

Мийна кухонного посуду призначена для мийки наплитного посуду (казанів, каструль, листів та ін.), кухонного й роздавального інвентарю, інструментів. Приміщення мийної повинне мати зручний зв'язок з виробничими цехами (холодним, гарячим). У приміщенні мийної встановлюють підтоварники для використаного посуду, стелажі для чистого посуду й інвентарю, мийні ванни із трьома відділеннями – для замочування, миття й дезінфекції використаного посуду і ополіскування.

Залежно від обсягу робіт миття посуду виконується одним або двома операторами мийних машин. Для очищення посуду від залишків їжі використовують дерев'яні лопатки, металеві щітки, шкребки. Миють посуд трав'яними щітками, застосовуючи мийні засоби. Після обробки інвентар, кухонний посуд і цехову тару просушують і зберігають у спеціальному місці на стелажах на висоті не менше 0,5 – 0,7 м від підлоги. Зручне зберігання кухонного посуду й інвентарю полегшує роботу кухарів і скорочує час, який іде на підбір посуду й інвентарю для тієї або іншої виробничої операції. На підприємствах ресторанного господарства хлібобулочні вироби реалізують через роздавальну й буфети.

Призначення роздавальної – короткочасне зберігання і відпуск готової їжі споживачам. Роздавальна – сполучна ланка між виробництвом і торговим залом. Залежно від характеру роботи підприємства розрізняють роздавальні підприємств з обслуговуванням офіціантами та підприємств з самообслуговуванням відвідувачів.

На підприємствах, де відвідувачів обслуговують офіціанти, роздавальну мають у своєму розпорядженні на виробничій площі. Вона повинна бути зручно пов'язана з кухнею, буфетом, хліборізки, мийної столового посуду, холодним цехом, мати достатню ширину для нормального руху офіціантів із підносами й візками. У цьому випадку роздавальна відділяється від торгового залу капітальною стіною або розсувною перегородкою.

Роздавальна – важлива ділянка виробництва, тому що саме тут при видачі готової продукції завершується процес виробництва. Нечітка робота роздавальної може привести до зниження якості готових страв і погіршує обслуговування відвідувачів.

На підприємствах із самообслуговуванням відвідувачів роздавальні можуть розташовуватися як на площі гарячого цеху, так і в торговому залі (роздавальна стійка).

Роздавальні повинні мати зручний зв'язок з гарячим і холодним цехами, торговою залом, хліборізкою й мийною столового посуду, а в ресторані – із сервізною, буфетами, барною стійкою.

Для забезпечення зручності роботи офіціантів і роздавальників і збереження вимагається температури страв у гарячому цеху встановлювати теплові шафи, в які поміщають посуд для подачі гарячих страв. Рекомендується також установка льодогенератор, якими могли б користуватися офіціанти.

Для відпуску страв використовується певний посуд. Перші страви в ресторанах відпускають у мельхіорових супових мисках ємністю від однієї до трьох і більше порцій. Бульйони і пюреобразні супи відпускають у бульйонних чашках. Для відпуску других страв використовують мельхіорові страви на одну, дві, три порції. Страви з соусом відпускають у круглих блюдах з кришками – баранчик (раніше на кришці зображалася голова барана); холодні страви та закуски – в порцелянових блюдах.

Деякі другі страви відпускають в дрібних тарілках. Офіціант, отримуючи страви від роздавальника, повинен звернути увагу на його оформлення. Зовнішній вигляд страви повинен бути естетично

привабливим, викликати апетит. Основний продукт – розташовуватися проти фірмового знака, зображеного на тарілці. Якщо порція складається з двох шматків, наприклад м'яса, роздавальник укладає їх так, щоб вони покривали 1/3 довжини один одного. Гарнір укладають збоку, гіркою. При складному гарнірі слід звернути увагу на поєднання квітів окремих компонентів гарніру, наприклад різних за забарвленням овочів і свіжої зелені.

Робота роздавальної повинна бути побудована таким чином, щоб забезпечити відпуск продукції у свіжому вигляді, певної ваги і температури. Температура перших страв та гарячих напоїв при відпустці не повинна бути нижче 75 °С, друге – 65 °С, соусів – 75 °С, холодних і солодких страв – 7 – 14 °С, замовних (порційних) страв – 80 – 90 °С. На підприємствах, що працюють за методом самообслуговування, температура перших і других страв повинна бути вище на 10 °С.

Встановлено певні терміни зберігання готових страв на роздачі, які визначаються необхідністю не тільки дотримання санітарних вимог, але й збереження смакових якостей. На початок годин-пік в холодному цеху повинні бути підготовлені і оформлені овочеві гарніри різних видів для безперебійного надходження їх на роздачу підприємства.

Робочі місця роздавальників повинні бути оснащені необхідним обладнанням та інвентарем. У ресторанах, де в більшості випадків страви відпускаються з плити, на роздавальному прилавку, розташованому на деякій відстані від плити, розміщують гірку для спецій і приправ, посуд, необхідний для відпустки страв, роздавальний інструмент – розливальні ложки ємністю 0,5 – 0,25 л, соусні ложки ємністю 25 – 30 см³, виделки, лопатки, щипці, ваги.

Спеціалізовані роздавальні здійснюють реалізацію із прилавоків холодних закусок, супів, других, солодких страв, гарячих напоїв. Ці прилавки встановлюють у лінію в певній послідовності. Спеціалізовані роздавальні (лінійні) застосовують при самообслуговуванні.

У наш час серійно випускають, та широко використовують у закладах ресторанного господарства роздавальні лінії, які комплектуються із прилавоків для таць і приборів, охолодженого прилавка-вітрини для холодних закусок, прилавка-марміта для супів, прилавка-марміта для гарячих страв, прилавка для гарячих напоїв, холодних напоїв, прилавка для хліба й борошняних кондитерських виробів, касового апарата і бар'єра. У лінію доцільно встановлювати візок

з вижимним пристроєм для тарілок, склянок. Прилавок для таць і приборів виконаний у вигляді стола, в якому є гнізда із шістьма конусними склянками для столових приборів. Прилавок-вітрина для холодних закусок призначений для викладення, короткочасного зберігання й вибору відвідувачами холодних закусок і молочно-кислих продуктів. Прилавок-марміт для супів – це мармітна плита з конфорками, на які встановлюються наплитні казани або каструлі. Прилавок-марміт для гарячих страв складається з водяної бані, в якій установлюються мармітниці для гарячих страв, гарнірів, соусів. Прилавок для гарячих напоїв призначений для установки термостатів з напоями, прилавок для відпуску борошняних кондитерських виробів має дві-три полки для установки лотків з нарізаним хлібом і кондитерськими виробами. Кількість секцій у лінії залежить від типу підприємства і його потужності.

Інша роздавальна лінія призначена для відпуску комплексних обідів у великих їдальнях промислових підприємств, навчальних закладів. У комплект лінії входять марміти чотирьох типів ємністю 6, 20, 35 і 60 л, візок з витискним пристроєм для склянок, таць, тарілок. Роздавальне встаткування пересувне, його можна використовувати безпосередньо в торговельному залі незалежно від розташування кухні. Ця лінія дозволяє організувати острівну роздачу, що дуже важливо для підприємств, де кухня далеко від зали.

Обслуговують немеханізовані лінії один або два кухарі-роздавальники III розряду. Основні робочі місця організуються за прилавками для реалізації супів і гарячих страв. Уздовж лінії з боку споживачів є направляючі для таць. На відстані 1 м від лінії передбачається бар'єр.

На підприємствах, де використовується сучасне модульне устаткування з функціональними ємкостями, установлюється роздавальна лінія самообслуговування. Вони розрізняються габаритами функціональних ємкостей. До складу лінії входять: пересувні прилавки для холодних, других страв, напоїв і казани пересувні для супів. Пересувне устаткування можна поміняти місцями. Для підключення пересувних мармітів до електромережі усередині відсіків передбачені розетки.

Універсальна роздавальна застосовується в ресторанах та закладах самообслуговування з вузьким асортиментом страв (закусочні, вузькоспеціалізовані закускові). Універсальна роздавальна може організовуватися і при відпуску комплексних обідів. Обслуговується універсальна роздавальна одним роздавальником.

При роздачі гарячі страви (супи, соуси, напої) повинні мати температуру не нижче $+75^{\circ}\text{C}$, гарячі страви і гарніри – не нижче $+65^{\circ}\text{C}$; холодні супи, напої – $+10 \dots +14^{\circ}\text{C}$; замовлені порціонні страви – $+85 \dots +90^{\circ}\text{C}$. Готові супи й інші страви можуть перебувати на мармітці не більше 2 – 3 год., холодні страви виставляють по мірі реалізації.

Комбіновані роздавальні представляють сполучення роздавальних різного типу. Наприклад, у їдальні при установі для реалізації страв за меню з вільним вибором організують спеціалізовану (багатосекційну) роздавальню, а для відпустки скомплектованих обідів – універсальну.

Залежно від характеру потоку споживачів і потужності підприємства можуть застосовуватися механізовані лінії комплектації й відпуску обідів безперервної й періодичної дії.

В їдальнях з безперервним потоком відвідувачів доцільно використовувати конвеєрні лінії з безпосереднім виходом в обідню залу. Ці механізовані лінії комплектують і відпускають один варіант комплексного обіду, до складу якого входять: холодна закуска, перша й гаряча страв, солодка страв й напій.

На деяких підприємствах установлені механізовані лінії для роздачі їжі й механізованого збору використаного посуду. Роздавальна лінія перед початком роботи повністю комплектується на увесь час роботи для роздачі таями, столовими наборами, хлібом, чистими склянками для напоїв і готових страв.

Ефективне використання механізованих роздавальних у їдальнях на виробничих підприємствах і в навчальних закладах досягається шляхом правильної організації робочих місць комплектувальників; своєчасною доставкою таць до місць комплектування обідів, столового посуду і наборів, готової їжі; чіткої роботи ділянки комплектації обідів, виробництва й мийної столового посуду тощо.

3.8. Складські приміщення

До складу складських приміщень підприємств громадського харчування входять охолоджувані камери для зберігання швидкопсувних продуктів і напівфабрикатів, неохолоджувані комори для зберігання сухих продуктів, овочів, приміщення для зберігання інвентарю, білизни та інших предметів матеріально-технічного оснащення.

Площі складських приміщень визначаються залежно від характеру роботи підприємства. Наприклад, в їдальнях, що працюють на сировину, охолоджувальні камери, а також комори для зберігання сухих продуктів повинні мати більшу площу, ніж на доготівельних підприємствах, де немає необхідності в зберіганні сировини. На невеликих підприємствах (не більше 50 місць) різні швидкопсувні продукти можуть зберігатися в одній камері, але в спеціально відведених для кожного виду продуктів місцях. На великих підприємствах м'ясні, рибні, гастрономічні продукти повинні зберігатися в роздільних камерах. У ресторанах звичайно окремі комори для хліба, а також приміщення для зберігання винно-горілчанних виробів, безалкогольних напоїв, фруктів.

Заготівельні підприємства, що забезпечують напівфабрикатами доготівельні, повинні мати у своєму складі експедиції з охолоджувальними камерами для короткочасного зберігання продукції перед відправкою.

До розміщення складських приміщень висувається певні вимоги. Вони повинні бути розташовані на одному рівні, причому при плануванні передбачається зручний зв'язок з виробничими цехами. Складські приміщення (комори) обладнають стелажми, шафами, ларями, засіками, підтоварником, вагами. У охолоджувальних камерах повинні бути підтоварник, пересувні стелажі, решітки, підвісні балки з гаками.

При зберіганні різних груп товарів в складських приміщеннях підтримуються певний температурний режим і відповідна вологість. При розміщенні продуктів в коморах необхідно дотримуватися певних правил. Продукти не слід розміщувати поблизу водопровідних труб, опалювальної системи, охолоджувальних пристроїв. Від стін і підлоги продукти повинні бути розташовані на відстані не менше 20 см.

Приміщення для зберігання продуктів повинні відповідати певним санітарним вимогам (табл. 3.1). Стіни і стелі коморах повинні бути гладкими і легко піддаватися санітарній обробці. У неохолоджувальних коморах допускається як природне, так і штучне освітлення, в коморах для зберігання овочів – тільки штучне освітлення. У коморах невеликих підприємств може бути природна вентиляція, в коморах підприємств, де понад 100 місць, – витяжна.

При зберіганні товарів повинні враховуватися їх властивості та специфічні особливості: гігроскопічність, легкість сприйняття запахів, можливість зміни якості під впливом сонячного світла. Необ-

Таблиця 3.1 – Температура зберігання продукції підприємствами громадського харчування з максимальною нормою завантаження

Камери	Продукти	Температура, °С
М'ясна	М'ясо, птиця, дичина	Від -1 до +1
Рибна	Риба, рибні делікатеси, ікра	Від -3 до -1
Молочна	Молоко, жири, молочні продукти, сметана, сир, сир твердий, яйця	+2 – 4
Гастрономічна	Ковбасні вироби, копчені, консерви	+2 – 4
Фруктова	Фрукти, ягоди, citrusові, пиво, овочі	+ 4 – 6
Кондитерських виробів	Тістечка, торти	+ 6 – 8
Кулінарних виробів	Котлети, рибні вироби, кури	+ 2 – 4
Низькотемпературні прилавки	Морозиво, пельмені	-10 – 12
Відкриті прилавки	Холодні закуски, напівфабрикати	+ 4 – 10

хідно забезпечити допустиме товарне сусідство. Не дозволяється сумісне зберігання товарів з гострим запахом – наприклад, риби разом з товарами, що легко сприймають цей запах (фрукти, чай та ін.) Сировину та готову продукцію зберігають окремо.

М'ясо (туші), остигле і охолоджене, зберігають підвишеним на лудіння гаках на підвісній дорозі або на вешалах, морозиво – в штабелях. Для зберігання мороженої птиці використовують стелажі, охолодженої – ящики. Для зберігання охолодженої риби часткових порід використовують кошики чи ящики, куди додають подрібнений лід. Осетрова риба зберігається підвишеною на лудіння гаках.

Певні вимоги повинні бути дотримані при зберіганні молочних продуктів. Їх зберігають у охолоджувальній камері при температурі від 1 до 6 °С і відносній вологості повітря від 80 до 85%. Вершкове масло зберігають на полицях стелажів, у тарі або шматками в пергаменті, сири – голівками, укладеними на полицях так, щоб вони не стикалися один з одним. Сир, сметану зберігають у бочках з кришками, молоко – у тарі, в якій воно надійшло. Гастрономічні товари – ковбасу, сосиски – зберігають підвишеними на лудіння гаках або в оббитих оцинкованим залізом ящиках.

Картопля та овочі зберігають у підвальних приміщеннях зі штучним освітленням (при температурі повітря від 2 до 5 °С і вологості 80 – 90%), в засіках шаром не вище 1,5 м або в ящиках; солоні огірки – у бочках; квашену капусту – у бочках під гнітом; ягоди, фрукти, салат, щавель, цибуля зелена – у ящиках, кошиках, решетах.

Пляшки з вином, мінеральною водою зберігають у горизонтальному положенні в шафах з розсувними дверцятами або в ящиках; лікєро-горілчані вироби, безалкогольні напої – штабелями, по шість ящиків у висоту. Температура повітря повинна бути від 8 до 15 °С, а вологість – 70 – 75%. Пляшки з вином проглядаються в коморі за допомогою спеціального світлового екрану.

Складські приміщення повинні бути оснащені різноманітними інструментами: кухарським, гастрономічним, сирним ножами, ножами-рубаками, м'ясними сокирами і пилами, дерев'яними лопатками, ложками з нержавіючої сталі, овоскопи, інструментом для розкриття тари та ін..

Питання до розділу 3:

1. Основна діяльність підприємств харчування.
2. Три форми технологічного процесу виробництва кулінарної продукції.
3. Дайте визначення сировині, напівфабрикатам та готовій продукції.
4. Які приміщення передбачені для виконання різних технологічних процесів.
5. Назвіть загальний перелік приміщень підприємства харчування та коротко охарактеризуйте кожне з них.
6. Як розрізняють підприємства харчування залежно від асортименту виробів.
7. Основні фактори, які впливають на кількість закуповуваної сировини.
8. Загальні умови зберігання продуктів.
9. Контроль використання встаткування та характеристика технічного стану.
10. Принципи розміщення обладнання.
11. Загальні вимоги до організації робочого простору на підприємствах харчування: вентиляція, освітлення, гігієна та санітарія та інше.
12. Особливості обробки овочів різних видів.
13. Організації роботи овочевого цеху.
14. Призначення м'ясного цеху.
15. Обробка риби та виготовлення рибних напівфабрикатів.
16. Гарячий цех і схема приготування гарячих страв.
17. Холодний цех і схема виготовлення холодних страв і закусок.
18. Кондитерський цех і схема виготовлення кондитерських виробів.
19. Мийна кухонного посуду, роздавальна.
20. Складські приміщення.

РОЗДІЛ 4. МЕНЮ

Меню – це значно більше, чим перелік того, що пропонує ресторан. Це сприятлива можливість для маркетингу, свого роду план отримання прибутку. Тут мається можливість показати, що пропонує ресторан.

Перераховані позиції, а також те, як вони представлені в меню, повинні привертати увагу кожного гостя. Одна з чудових особливостей ресторанного бізнесу в порівнянні з іншими типами закладів торгівлі полягає в тому, що майже кожен гість, який входить у двері, так просто одержує продукти навінос або користується службою доставки, робить покупку свідомо.

Покупець не прогулюється у пошуках, де б чого купити, як це відбувається із закладами роздрібною торгівлі. Фактично, по сучасних оцінках, тільки близько половини тих, хто приходить в звичайні підприємства роздрібною торгівлі, що-небудь купують.

Гості ресторану, навпаки, спочатку мають намір витратити гроші. І зазвичай вони приходять туди у піднесеному настрої. Отже ресторатори просто зобов'язані забезпечити їм позитивні враження. Меню – це одна з тих речей, які бачить кожен гість, воно створює перше враження про ресторан і тому вимагає особливої турботи. Якщо перше враження позитивне, це допоможе гостю зберегти гарний настрій, а якщо і далі все піде як треба, то, можливо, він відвідає заклад ще раз.

Меню – єдина і найважливіша реклама, що знаходиться безпосередньо у руках: це щонайперший засіб спілкування з гостями. Меню повинне бути настільки високої якості, наскільки це можливо; воно повинне відповідати іміджу, який ви прагнете створити і підтримувати. Високоякісне меню – це правильні позиції, ціни, описи, а також зовнішній вигляд самого документа.

Меню повинне бути чистим і охайним, містити найсвіжіші дані і не мати помилок. Важко добитися того, щоб воно було абсолютне зрозуміло будь-якому гостю, але принаймні в нім повинен розбиратися офіціант. Адже саме йому доведеться відповідати на всілякі питання і давати рекомендації.

За допомогою високоякісного меню можна повернути відвідувачів і розвинути продажі. Від нього у величезному ступені залежить, скільки витратить гість. Меню є невід'ємною частиною будь-якої успішної маркетингової стратегії, і в ньому повинне міститися послання, яке буде прихильно сприйнято вашим цільовим ринком.

4.1. Що слід помістити в меню

В меню можна скласти список позицій, які особливо треба запропонувати гостям. Якщо віддати перевагу такій стратегії, то раніше тим самим вирішити, що потрібно вибрати для меню. А вже потім притчею «пополювати» за відповідним місцем для ресторану.

Але можна піти і іншим шляхом – спочатку знайти місце відповідно до засобів і вже потім розробити меню, привабливе для гостей конкретно цього торгового району. Така стратегія, можливо, не зовсім приваблива, але відкриває більше можливостей.

Незалежно від того, який шлях вибирають, існує декілька важливих моментів. Їх слід врахувати, ухвалюючи рішення про типи позицій, які будуть включені в меню. Те, що в ньому запропонується, залежить від ресурсів, які мають у розпорядженні. До ресурсів, що роблять визначальний вплив на планування меню, належать наступні:

1. Планування приміщень і дизайн інтер'єру. За винятком тих випадків, коли є можливість витратити дуже багато грошей, наявне місце може обмежити асортимент меню. Наприклад, заклад буде вимушений пропонувати обіди навинос, якщо обмежені можливості водопровідно-каналізаційної мережі і джерела електроенергії. На жаль, все передбачити можна тільки тоді, коли ресторан будується з нуля і в ідеальному місці. Але і то тільки в цьому випадку первинне меню ресторану повною мірою відповідатиме концепції, плануванню і дизайну. Але, як правило, обставини, що знов відкриваються, дуже швидко вимушують коректувати меню. Отже, якнайкраще, що можна зробити, це знайти місце, що дає можливість застосовувати різноманітні гнучкі рішення.

2. Доступність інгредієнтів, необхідних для приготування продуктів харчування і напоїв. Безперебійне постачання ресторану не може гарантувати жодного дистриб'ютора. Якщо намагатися запропонувати гостям деякі типи вин, то доведеться проявити передбачливість і поклопотатися про достатній запас. Інакше одного разу, коли постійний відвідувач замовить свій улюблений напій, і він, і ресторан будуть розчаровані.

3. Явище того ж роду – сезонність. Якщо в меню круглий рік включені сезонні інгредієнти, то поза сезоном доведеться нести додаткові витрати.

4. Тип устаткування. Якщо це невеликий і невибагливий ресторан або закусочна, то устаткування, а також планування і дизайн приміщень зазвичай допускають декілька типів меню для напоїв. Проте чим вище рівень закладу, тим складнішим стає меню, тим більше устаткування знадобиться, тим більше дорогим воно буде. Виходячи з тих же обставин, що знов відкриваються, які вимушують коректувати меню, переважно мати гнучке, універсальне устаткування, яке можна пристосувати для різних напрямів кухні.

5. Робоча сила. Кількість і рівень підготовленості персоналу роблять значний вплив на те, що можна готувати і подавати. Необхідна достатня кількість працівників, і вони повинні бути досить досвідченими, щоб створити закладу необхідну привабливість. Припустимо, що треба удосконалити меню і включити в нього більше виробів зі свіжих продуктів, проте це неможливо здійснити за допомогою тієї робочої сили, яка є в наявності. Цю проблему частково можна вирішити, купивши вдосконалене устаткування для виробництва продуктів харчування. Або можна придбати інгредієнти, що дозволяють відмовитися від деяких трудомістких або складних операцій, наприклад, придбати заздалегідь нарізане м'ясо. Проте в довготривалій перспективі такі рішення виявляються дуже дорогими.

6. Бюджет. Необхідно брати до уваги, яку кількість грошей середній гість готовий витратити в закладі певного типу. Якщо, наприклад, основний відвідувач – людина економна, то позиції меню повинні підігравати цій розумовій установці. Не слід поміщати туди надмірно дорогі страви, які виявляться несумісними з аудиторією такого типу.

7. Бажання і потреби відвідувача. Розрахувати настрої і смаки «середнього» відвідувача неможливо – вони постійно міняються. То йому недостатньо жирів, то цукру, то солі в одній і тій же страві. То раптом він захотів, щоб звичайна картопля фрі була приготована на якомусь небаченому маслі. Слід завжди бути у контакті зі своєю цільовою аудиторією, щоб мати можливість планувати смаки своїх гостей, що постійно змінюються, і відповідати їм.

Меню – це перелік розташованих в певній послідовності закусок, страв і напоїв, які є на підприємстві (у ресторані, кафе, барі) протягом всього часу роботи залів. При складанні меню повинна враховуватися наступна послідовність **пропозиції страв**:

I. Фірмові страви.

II. Закуси (холодні і гарячі).

III. Супи.

IV. Основні страви (окремо рибні, м'ясні, вегетаріанські).

V. Солодкі страви.

VI. Напої (безалкогольні, гарячі, алкогольні).

При великому виборі напоїв рекомендується скласти їх окреме меню. Пропозицію напоїв надає вирішальне значення на успіх роботи більшості підприємств харчування. Тому дуже важливо привести в меню правильний вибір напоїв, при цьому максимально врахувати бажання гостей.

Напої зазвичай ділять на дві великі групи: алкогольні і безалкогольні.

Алкогольні напої у свою чергу підрозділяються на три підгрупи: вина, пиво, спиртні напої.

Перелік напоїв в меню здійснюється в наступній послідовності:

Вина	вітчизняне біле вітчизняне червоне імпортне біле імпортне червоне шипучі ігристі вина південні вина
Аперитиви	білий вермут червоний вермут гіркий аперитив анісовий аперитив тощо горілка
Міцні спиртні напої, лікери	віскі (шотландські, ірландські, бурбон, канадські) джин ром бренді, коньяк, кальвадос тощо
Пиво	вітчизняне імпортне

Змішані напої	коктейлі
Безалкогольні напої	мінеральна вода, лимонад, соки
Гарячі напої	кава, чай, молоко

Останніми роками в свідомості людей укорінилася думка, що мінеральна вода – складова частина хорошої їжі. Пропонуючи в меню мінеральну воду, слід представити:

- місцеву природну мінеральну воду;
- національну природну мінеральну воду;
- мінеральну воду міжнародного значення (Perrier, Evian);
- мінеральну воду без газів;
- джерельну воду;
- столову воду (Bonaqua).

У меню напої можуть бути також розділені:

- 1) за формою пропозиції (розлива) – з використанням келихів, фужерів, чарок; у закритій карафі; у пляшках;
- 2) за віком – спочатку указуються «молоді» вина (ординарні), потім витримані;
- 3) за розміром цін – спочатку указуються дешеві вина, потім дорогі.

Додатково в меню можуть міститися описи смакових якостей напоїв. Наприклад, для вина: букет ніжний, тонкий, багатий; смак напівсолодкий, солодкуватий, солодкий, кислуватий, терпкий, з гіркуватістю тощо. Проте подібними рекомендаціями не варто зловживати, оскільки після проби напою у гостя може виникнути враження, що вказані якості не відповідають дійсності.

При складанні меню слід розрізняти ширину і глибину пропозиції страв і напоїв.

Під шириною пропозиції розуміється великий вибір найрізноманітніших страв і напоїв: м'ясних страв з дичини, птиці, свинини, телятини, рибних страв з морської і річкової риби, вегетаріанських, борошняних страв, гарячих, алкогольних, безалкогольних напоїв. Глибина асортименту припускає наявність варіантів страв з певного продукту. Глибокий асортимент пропонують спеціалізовані підприємства – рибні, молочні, вегетаріанські ресторани, піцерії, пельменні.

4.2. Види меню

Залежно від контингенту обслуговуваних гостей, типу і потужності підприємства харчування, вживаних форм і методів обслуговування і інших чинників існує багато видів меню.

Є немало можливостей представити позиції меню гостям. Спробуйте вирішити, які з них виявляться такими, що самими продаються і потенційно прибутковими. Назвемо найважливіші **типи меню**:

1. Меню продуктів. У цих меню увага зосереджена на конкретних продуктах. Наприклад, можна запропонувати різні меню для кожного часу дня: на сніданок, ланч, обід, чаювання, для легкої закуски тощо.

2. Циклічне меню. Ці меню циклічно повторюються в заздалегідь певній послідовності. Наприклад, можна запропонувати конкретний список спеціальних позицій на кожен день тижня, припустимо, по середах подається особлива паста, а по четвергах – екслюзивні салати тощо. Циклічне меню може мати велике значення, якщо цільовий ринок вже прив'язаний до закладу. Наприклад, якщо ресторан розташований недалеко від коледжу, то для деяких позицій меню бажано запропонувати ротацію, щоб не відштовхнути студентів від свого ресторану.

3. Винна карта. Іноді зовсім непогано мати окремий список вин, міцних алкогольних напоїв, води тощо. Це не тільки вивільняє місце в решті частини меню, полегшує користування ним, але і надає йому привабливішого вигляду. При цьому виникає додаткова можливість взаємодії з гостем, що зазвичай веде до збільшення продажів і зростання середньої суми по чеку.

4. Десертне меню. Зазвичай також сприяє зростанню продажів. Це меню працює навіть краще, коли замість надрукованого тексту у вас є десертний візок або лоток, використовуваний для викладення продуктів, як на вітрині.

5. Меню дня. Прості і ефективні настільні видавничі системи – комп'ютер і принтер – дозволяють створювати різні меню на кожен день. Можна надрукувати одне меню, в якому вказані позиції, що повторюються щодня, але також містяться і найважливіші спеціальні позиції – фірмові страви. За тим же принципом багато торгових домів, що займаються продажем свіжих морепродуктів, продають свій щоденний улов, а винні бари торгують винами дня або тижня.

6. Меню «а-ля карт». У цьому меню вказана ціна на кожен позицію, так що гість платить окремо за кожен замовлену страву. Тут немає яких-небудь комплексних обідів або особливо дорогих страв.

7. Меню з фіксованою ціною. Такі меню іноді називають «All inclusive» або «table d'hote». Вони прямо протилежні меню «а-ля карт». Встановлюється одна ціна за набір продуктів або за яке-небудь поєднання позицій.

8. Меню «щасливого годинника». Це, як правило, обмежене меню, з низькими цінами, пропоноване в ту годину, коли потік відвідувачів зазвичай зменшується. Мета полягає в тому, щоб підтримати дохід від продажів в «мертвий час». Як приклади можна привести спеціальні меню для «жайворонків», меню пізнього часу, а також меню для середини дня, яке пропонують ресторани, що залишаються відкритими з 12 до 14 годин.

9. Повсякденне меню. Такі меню іноді називають обмеженими. Вони подібні тим, що пропонуються на час «простою», ціни не такі низькі, але вибір ширший. Обмежене меню зазвичай застосовується тоді, коли кухня маленька, а обідній зал і хол великі, тобто важлива швидкість приготування. Коли в меню не дуже багато позицій, в службових приміщеннях не виникає напруженої суєти і забезпечується швидкий оборот посадочних місць.

10. Меню для кафе. Це меню використовується ресторанами високого класу, які хотіли б надати постійним відвідувачам вибір між звичайною пропозицією (з високими цінами) в головному обідньому залі і більш обмеженим (з низькими цінами) в окремому залі ресторану, кафе. Характер відмінності цих меню подібний до різниці в асортименті сільського гриль-бару і урядовою їдальнею. Задум полягає в тому, щоб розширити ринок, відкритіший представити свою діяльність і заразом переманити деяких відвідувачів кафе в головний обідній зал. Хорошими прикладами такої концепції є Smith&Wollensky і Spago's.

11. Інтерактивне меню. У деяких закладах гостям надана можливість скласти замовлення самостійно. Наприклад, ресторан Masaroni Grill пропонує скласти блюда з пасти за вибором. Для цього гість отримує спеціальну картку, на якій відзначає бажані позиції, а потім передає її офіціантові. Приклад інтерактивного меню – меню «бінго», вживані деякими рестораторами. Гостю пропонується декілька списків продуктів і напоїв з вказаними цінами. Клієнт відзначає, допустимий, число «2» із стовпця «А», число «17» із стовпця «В» тощо. Таким чином складається індивідуальне замовлення.

Ця концепція також може бути застосована і до меню напоїв. Зараз з'явилася можливість вводити список вин в комп'ютер, яким гості можуть користуватися для складання замовлення на страви і вино. Коли відвідувач ресторану Aureole в Лас-Вегасі питає список вин, сомельє приносить до столу ноутбук, включає його і показує гостю, як їм користуватися. Гість може сортувати вина за кольором, ціною, сухістю тощо. Він може також попросити комп'ютерну програму, щоб вона запропонувала вино, відповідне до конкретного блюда. Гостям це подобається. Це також подобається і менеджеру, який може миттєво провести ревізію вин. Проте у цієї системи є одна вада: гості дуже захоплюються грою з цією «просунутою» технологією, і оборотність посадочних місць сповільнюється. Отже, даний прийом добре працює тільки в ресторанах вищої цінової категорії.

12. Настільна вітрина. Невелика карта з фотографіями блюд. Цей спосіб може ефективно застосовуватися для продажів тільки в тому випадку, якщо кількість позицій в карті зведена до мінімуму. Відвідувачі зазвичай не читають те, що там написано, тому потрібно зробити карту так, щоб все було ясно з картинок.

13. Меню навінос. Ті ресторани, які пропонують свої страви не тільки для залу, але і навінос, зазвичай мають особливе меню таких страв. Якщо є віддруковане меню, то слід мати на увазі, що відвідувачі можуть проглядати його у себе удома або в офісі, де офіціанти не будуть присутні і не зможуть направити їх вибір. На той час, коли вони зустрінуться з цими відвідувачами, вони вже його зроблять самостійно. Само по собі меню і інші подібні матеріали, які ви роздаєте, повинні переконувати відвідувачів в тому, що їм слід зробити покупку саме у цьому закладі. Ці матеріали повинні містити достатньо відомостей для того, щоб людина могла ухвалити рішення про покупку. Висунути на перший план всілякі призи, подарунки, сприятливі відгуки, розповідь про шеф-кухаря тощо.

4.3. Компоновка меню

При розробці меню не слід метушитися. У меню будь-якого типу повинно залишатися приблизно 50 відсотків вільного місця, щоб воно не виглядало скупченим. Крім того, достатньо широкими повинні бути поля і інтервали між строчками. Важко читати меню, де вся інформація звалена в купу, а деяких гостей ця недбалість і зо-

всім може відштовхнути. Треба мати на увазі, що надмірні відомості не дозволяють належним чином виділити позиції, на які ви хочете звернути увагу гостей.

Заголовки служать для того, щоб розділити меню на категорії, такі як закуски, салати, головні страви і десерти. Вони повинні бути надруковані більшим і (або) жирнішим шрифтом, ніж решта тексту.

Категорію необхідно умістити на одній сторінці. Не слід допускати, щоб вона переходила на наступну сторінку або ділила сторінку з іншою категорією. Гості зазвичай проглядають її тільки до низу сторінки або до наступного заголовка, якщо категорія займає менше сторінки.

Позиції меню повинні виділятися. Шрифт потрібно зробити більше, ніж у супроводжуючого їх опису, але не таким великим, як у заголовків. Якщо дається текстовий опис (склад продукту, спосіб приготування тощо) для кожної позиції меню, необхідно бути певним, що все викладено абсолютно ясно і по суті. Уникати безладних описів, краще дозвольте офіціантові надати докладні коментарі, якщо гість раптом попросить додаткові відомості про те, що має намір замовити.

Щоб меню було естетично привабливим, оформлення тексту повинне бути симетричним щодо середини листа.

Симетрія приємна для очей і сприяє утворенню вільного тексту, що робить текст привабливим, в протилежність тому, та вся сторінка заповнена друкарським текстом і ілюстраціями.

У меню на помітному місці розміщують найменування ресторану з номером телефону, адресою електронної пошти і сайту, передбачивши також простір для будь-якої іншої доречної інформації про місцеположення.

Якщо встановлюється дошка, на якій пишеться меню, то за нею необхідно постійно стежити. Треба своєчасно вносити зміни до вказаних на ній відомостей і містити її у повному порядку. Пропущені букви, застарілі фотографії або ціни, написані поверх колишніх, примусять людей двічі задуматися про професіоналізм персоналу закладу.

Застосовуючи меню, написане на дошці, необхідно швидко захопити увагу гостя. Тут слід використовувати всілякі візуальні прийоми. Як «кадилак» впадає в очі серед інших автомобілів, так і цифровий дисплей з рядком, що біжить, виділяється серед інших інформаційних дощок з меню. Проте для звичайного ресторану це може бути дуже дорого.

Отриманню бажаного результату може сприяти особливе komponування меню, що дає гостям відчуття, що вони відвідують заклад, на який можуть рівнятися інші. Наприклад, замість того щоб уявити список вин, відсортований по країнах або коліру, розгледіти можливість розташування вин по ступеню того, наскільки вони солодкі або сухі. Інша можливість – поділ вин на категорії, наприклад, «Вина Нового Світу» і «Вина Старого Світу».

4.4. Управління меню

Зі всіх чинників, здатних спонукати людину до відвідування ресторану, меню є одним з найбільш важливих. Процес управління меню, про яке іноді говорять «мерчандайзинг меню», є діяльністю, що ніколи не припиняється, з його вдосконаленням. Рідко видається день, коли не вносять змін до меню, не пристосовують його до вимог дня або принаймні не вважати на це. Управління меню повинне завжди займати найважливіше місце у вашій свідомості. Найефективніший спосіб управління меню – регулярне проведення аналізу продажів, тобто технічний аналіз меню.

Рекомендовано провести технічний аналіз як мінімум через місяць після відкриття ресторану, а потім три кожного місяця. Озброївшись даними, отриманими в результаті таких аналізів, можна вносити до меню невеликі виправлення так, щоб подальші меню приносили більше прибутку.

Також треба попрацювати з програмним забезпеченням, призначеним для аналізу продажів. Воно може бути вже встановлене на одному з комп'ютерів системи касових терміналів. В крайньому випадку скористатися електронними таблицями Microsoft Excel.

Метод аналізу – це технічний аналіз меню, розроблений Доном Смітом і Міхаелем Касавана, коли вони обидва працювали в університеті штату Мічиган. На сайті <http://tca.unlv.edu/profit> викладена саморобна програма, що реалізовує метод технічного аналізу меню, заснована на електронних таблицях Excel. На ній можна потренуватися.

Для проведення аналізу за цим методом потрібно для кожної позиції меню ввести в комп'ютер кількість продажів за даний період, вартість і відпускну ціну. Після цього програма зробить решту всієї

роботи. Заздалегідь попереджаємо: необхідно вводити точну інформацію про вартість, інакше результати аналізу приведуть до помилкових висновків. Неважливо, скільки у досвіду в ресторанній справі, але якщо спробувати трохи «прикрасити» або округлити дані при розрахунку вартості, то отримаємо недостовірні результати. Діючи в цьому бізнесі, слід знати точні характеристики.

Аналіз оцінює, наскільки популярна кожна з позицій меню, наскільки вона прибуткова, і розбиває їх на чотири категорії:

- «Зірка» – дуже популярна, дуже прибуткова.
- «Робоча конячка» – дуже популярна, але не дуже прибуткова.
- «Загадка» – не дуже популярна, але дуже прибуткова.
- «Милиця» – що не відрізняється ні популярністю, ні прибутковістю.

Позиція розглядається як дуже популярна, якщо відсоток замовлень, або індекс популярності, опинився вище середнього. Позиція меню розглядається як дуже прибуткова, якщо валовий прибуток по ній вище середнього. Знаючи сумарний валовий прибуток, який приносить поточне меню, можна переглянути його так, щоб цей показник збільшився.

В процесі перегляду можна багато що зробити для підвищення прибутковості меню. Припустимо, ви володієте рестораном з продажу сендвічів, але також пропонуєте закуски і основні страви. Багато хто з ваших гостей замовляє сендвічі, що приносять мало прибутку, а вам хотілося б, щоб вони більше замовляли закусок і основних страв. Що робити? Одна з можливостей полягає в тому, щоб перемістити перелік сендвічів у вашому меню, наприклад, з центру сторінки в кінець. Відведіть центральне, найвидгідне місце під закуски і основні страви. Серед постійних відвідувачів, можливо, знайдуться більше тих, хто побажає замовити позиції, виділені у такий спосіб. І не турбуйтеся про сендвічі. Ті гості, які хочуть саме сендвічів, все одно знайдуть їх, зате підвищиться вірогідність того, що ті, хто ще не зробив свій вибір, замовлять більш прибуткову позицію.

Подібний результат вдасться отримати, якщо трохи змінити спосіб представлення позицій в меню. Наприклад, спробувати перемістити позиції меню, що приносять високий прибуток, в категорію,

що знаходиться на початку списку, а ті позиції, які займають друге місце по прибутковості, – в кінець. Оскільки око природним чином вихоплює ці дві крайнощі, гості, які до приходу в ресторан ще не ухвалили рішення, з більшою вірогідністю замовлять ці – самі верхні або самі нижчі – позиції меню.

При всій різноманітності існуючих способів вижати ще трохи прибутку з меню найбільшого результату зазвичай вдається досягти за рахунок структури цін. Наприклад, можна підвищити ціну кожній з позицій меню на 5 копійок шляхом простого округлення вгору до цілих гривень. За рік потенційно можна чекати від цього додатковий збір в сумі декількох тисяч гривень, і маловірогідно, що типовий гість зверне на це увагу. Дійсно, чи велика різниця між сумою в 19,95 гривень і 20 гривень? На автозаправних станціях споконвіку грали в цю гру, накидаючи дев'ять десятих копійки на кожен галон. Недолік цієї стратегії полягає в тому, що скористатися нею можна тільки один раз. Якщо в меню є позиція, віднесена до категорії «Зірка», можна спробувати трохи підняти на неї ціну, але добре відомо, що, займаючись цим, можна програти. Спочатку потрібно вирішити, чи не потрапила ця позиція в категорію «Зірка» якраз із-за вдало призначеної ціни; якщо так, то краще залишити цю позицію як є і відрегулювати ціни на інші страви. Було б безрозсудно підвищувати ціну на позиції категорії «Зірка» набагато (або дуже часто), проте невеликий стрибок, можливо, виявиться прийнятним для гостей.

Той же прийом може бути застосований до позицій категорії «Робоча конячка». Оскільки ці страви дуже популярні, тут теж є шанс отримати трохи більше грошей з кожного гостя. І знову ж таки треба переконатися, що низька ціна – не єдина причина популярності цих позицій; інакше невелике підвищення ціни може стати причиною різкого скорочення кількості замовлень.

Відносно позицій, віднесених до категорії «Загадка», можна припустити, що на них призначена дуже висока ціна або які-небудь особливості цих страв непривабливі для більшості гостей. Спробувати трохи скинути ціни і подивитися, чи приведе це до підвищення попиту.

Оскільки маловірогідно, що вдасться підняти ціну на позиції, віднесені до категорії «Милиця», зазвичай їх виключають з меню. Зберігати такі позиції в меню виправдано, якщо це улюблені страви деяких з постійних відвідувачів або якщо вже є запас інгредієнтів і його потрібно витратити.

Якщо, виходячи з проведеного аналізу, в меню змінюються які-небудь позиції, описи, компоновка, ціни і так далі, має сенс почекати декілька тижнів і подивитися, як покаже себе нове меню в справі. Не вносити зміни із зайвою поспішністю – це може нервувати відвідувачів.

Проте, якщо після першого тижня застосування нового меню з'явилося відчуття, що одна з позицій перейшла в категорію «Милиця», то потрібно щось міняти. Немає необхідності негайно виключати цю позицію з меню: можна поекспериментувати з розміром порції і з розташуванням її на тарілці, навчити офіціантів просувати цю страву і прийняти додаткові заходи з підвищення його популярності. Якщо зусилля не приносять результату і дана позиція як і раніше погано продається, то наступного разу, коли готуватиметься до друку нове меню, її слід виключити.

Процес управління меню – це нескінченне заняття. Неможливо просто надрукувати меню і забути про нього до наступного разу, коли проведитиметься аналіз продажів: можна упустити масу можливостей або, ще гірше, надовго залишити неусуненими вже виявлені помилки.

4.5. Стили інтер'єрів і меню

4.5.1. Готика і класицизм

Два стилі старої Європи, що шліфувалися сторіччями, ніколи не втратять своєї сили і привабливості.

Готика – художній стиль, що виник в середині XII століття у Франції і що розповсюдився в Західній, Центральній і частково в Східній Європі. Це було час вибудовування і ревного дотримання суспільної ієрархії. Суть готики – вираз могутності. Перш за все безмежній і агресивній владі католицької церкви епохи середньовіччя, що найяскравіше утілювалося в архітектурі соборів, а також королівських і рицарських замків з тим же підтекстом. Основні риси готики: простір, масштабність і могутня спрямованість вгору, велика кількість символів і алегорій. Складний декор, що підкреслює вертикальність ліній. Гігантські ажурні башти, подовжені статуї, арки, портали, багатокольорні вітражі. Перші пошуки і перші гені-

альні рішення молодого європейського мистецтва архітектури дещо пом'якшили загальну похмурість стилю, зробили його химерним і романтичним.

Оформлення ресторану під середньовічний замок привертає багато уваги. Готика – емоційний стиль, що опрацьований відомими письменниками і художниками і тому один з найулюбленіших. Набір приемних асоціацій, що хвилюють, в нім викликати просто. Правда, не у всіх вистачає знань і засобів для того, щоб чисто витримати цей стиль, в якому особливо недоречні половинчатість і суєта. Кольори і деталі інтер'єру в готиці – старий камінь, грубо оброблене дерево, кована зброя. І, зрозуміло, головні елементи декору, що завжди справляють враження, – живий вогонь, камін або факели, вітражі. Всі деталі стилю повинні бути обіграні і в дизайні меню. Воно може бути виконане у вигляді старовинної книги з обкладинкою з дорогої шкіри, прикрашено геральдиком або тисненням стилізованих середньовічних символів – схрещених мечів, страхітливих чудовиськ. Природне рішення для тексту меню – готичний шрифт, який повинен бути достатньо великим.

У XV–XVI століттях готику змінює нова естетика епохи Відродження, художники звертаються до античних ідеалів і уявлень про гармонію. У XVII–XVIII століттях Європа переживає розквіт філософських ідей, які потім також назвуть класичними. Класика як новий пануючий європейський стиль зростає на добре підготовленому ґрунті, зміни в суспільному житті роблять його спокійнішим і раціональнішим, чим готичний. Велична простота і строгість, побудови на основі довершених геометричних форм, симетрія і рівновага частин – основні риси класицизму, які незмінні і до цього дня.

Традиційний колір стилю в архітектурі – жовтий з білим, згодом до них додаються рожевий, блакитний, зелений. Ненав'язлива класика – природне оформлення для ресторанів категорії *fine dining*, але і не тільки для них. Стиль допомагає ушляхетнити більш приземлені концепції, якщо, зрозуміло, у ресторатора є така мета. Вдалий приклад поєднання стриманого класичного стилю і «горілчаної» ідеї – московський ресторан «Петров-водкин'», «чоловічий клуб», як називає його керівництво. Архітектурний дизайн залу – прості прямокутні форми, арки, стіни в спокійну смужку. У тому ж стилі витримано і меню – сторінки з текстом оформлені рамкою з лаконічним грецьким орнаментом, в правому нижньому кутку зображення будівлі ресторану.

Стриманий декор – природна особливість класичного стилю. Від неї незмінно відступали у всіх імперіях, і у класицизму виник його витонченіший і пафосний двійник – стиль ампір, що в перекладі з французького і означає «імперія». Ампір склався і розцвів у Франції за часів правління Наполеона. Замість стриманих колон виникли сфінкси, грифони, каріатиди, леви – все, що наводить на думку про могутність і незліченне багатство. Замість спокійної пастельної колірної гами – насичений червоний і позолота. Ще одна альтернатива класиці – стиль бароко, що народився в Італії також на початку епохи Відродження і що розвивався паралельно з класичним. Сама суть бароко – у великій кількості хитромудрих і складно переплетених елементах декору. Ампір і бароко актуальні і сьогодні, перший – для тих, кого привертає ідея в думках приміряти тогу перших римських імператорів і зразки подальших, другий – для тих, кому класика уявляється надзвичайно строгою і передбаченою. Але треба відмітити, що в Україні в 1990-х роках ампір і бароко були більш затребуваними, ніж в 2000-х. Зараз поширеніша суміш трьох витриманих європейських стилів в полегшеній концепції.

4.5.2. Модерн

Самий революційний із стилів майже одночасно виник, як біс з табакерки, в різних країнах Європи на рубежі XIX і XX сторіч, коли колишнє мистецтво вдавалося «запорошеним», а від нового століття чекали фантастичних подій, змін і загального щастя. Це було не повернення до колись існуючих принципів і не розширення вже обробленого поля. Назва «модерн», *Le style moderne*, сучасний стиль, остаточно затвердилось після Паризької виставки 1900 року. У Франції його також називали *art nouveau* – нове мистецтво, в Німеччині – *Jugendstil* (молодий стиль), в Австрії ще виразніше – *secession*, тобто відділення. Нове мистецтво, радикальна зміна орієнтирів, перехід від спокійної і статичної класики і інших, різноманітніших, але також «застиглих» стилів – до руху. Від об'єктивної «краси», що підкоряється канонам, – до краси, вперше побаченої і створеної художником. Зображальність була замінена стилізацією, ідеальна симетрія класичного стилю – асиметрією. Художники перестають боятися дисонансу і суперечностей – одним словом, живого, а не ідеального миру. Вперше головним став образ тварини, квітки, жінки, образ, перенесений з побутової реальності в художню і змінений іноді до загальних конту-

рів. Відтепер творчість не обмежена рамками затвердженого лекала, а цілком підпорядковано особистому мотиву.

Виникнення нового мистецтва – завжди ознака зміни світу або його розуміння. Промисловий переворот XIX століття сформував суспільство, в якому велика частина людей включена в ритм монотонної роботи. Модерн зародився як спочатку дизайнерський стиль, направлений на естетичне облаштування повсякденного життя. Стиль оформлення інтер'єрів, цукеркових обгортки, афіш і вивісок. Одночасно загальним споживачем дорогих речей стає той, що розбагатів – промисловці і торговці, для яких стиль розкоші, відповідний для аристократії, був чужим. Епоха шукала свою мову і знайшла її. Мистецтво стало менш витонченим, але живішим і індивідуальним.

Художники в стилі модерн наново вивчають старі матеріали і вводять ті, які раніше в мистецтві не використовувалися, виявляють їх фактуру, пластичні можливості, комбінують і перевіряють на сумісність. При цьому елемент декору в модерні, як і в класиці, зведений до мінімуму. Кольорова гама – приглушені тони, забарвлення без відтінків, але з контрастом теплих і холодних квітів. Лінії гнучкі, плавні, текучі і разом з тим пружні. Основні теми – хвилі, підводний світ, квіти, красиві тварини і птахи. Стара завіса МХАТу – абрис чайки над хвилями – приклад чистого модерна.

На відміну від мужньої і агресивної готики, мова якої зрозуміла всім, і вічної класики модерну в чистому вигляді в даний час – стиль вишуканий, більш відповідний богемі. Оформлення ресторану і меню в цьому стилі вимагає смаку і обережності. Але навіть один з прикладів – меню кафе «Сецессион» – показує, що справа те коштує. Принаймні у разі його вдалого виконання індивідуальність закладу гарантована.

4.5.3. Арт-деко

Якщо сприймати модерн як стиль, що склався, то найбільшого комерційного успіху добилася одна з його варіацій – стиль арт-деко, або, як його називали, «джазовий модерн», «зигзаг-модерн», а в США – «зоряний стиль», пов'язаний із загальною манерою і способом життя зірок Голлівуду. Art Deco – скорочення довгої назви виставки L'Exposition Internationale des Arts Decoratifs et Industriels Modernes («Міжнародна виставка сучасних декоративних і промислових мистецтв»), що відбулася в 1925 році в Парижі.

У перші десятиліття XX століття час йшов стрімко, суспільству і художникам треба було осмислити і ввібрати безліч етапних подій. Одне з них – відкриття гробниці Тутанхамона в 1922 році – сприяло пошуків інтересу до екзотики, Африки і Сходу. Паралельно з цим набирали силу і широко розповсюджувалися нові європейські реалії – радіо і телефон, автомобілі, локомотиви з їх обтічними елегантними формами. У результаті в естетиці багатих шарів суспільства склалася мозаїка з неокласицизму, модерну, єгипетського, примітивного африканського і східного мистецтв – образ справді широкого і шикарного життя. Цей стиль, що утілювався в інтер'єрах самих дорогих ресторанів і готелів, іноді ще називають «стилем Ріц».

Найвищого розквіту арт-деко досяг в епоху між двома Світовими війнами, що додало йому особливу гостроту і крихітність. По суті, це була життєлюбність на краю прірви, стиль людей, що усвідомили, що повернення до колишнього спокійного минулого вже не буде, що побачили, що світ значно більше і різноманітніше, ніж здавалося їм раніше. І головне – набагато мінливіше та беззахисніше, чим хотілося б. Цікаво, що один з найяскравіших представників арт-деко – Роман Тиртов, німець за походженням, але росіянин по народженню, відоміший під псевдонімом Ерте, геніальний оформлювач «Російських сезонів», художник, що змінив естетику повсякденного життя в Європі і США.

Так само, як і в модерні, в арт-деко переважають хвилясті лінії, але вже химернішої форми. Вони стають нервовими і зламаними, геометричними – трикутник, зигзаг, витягнутий овал. Зображення тварин і птахів від екзотичних – пантер і павичів переходять в зображення фантастичних істот – драконовий і морських чудовиськ. Експерименти з матеріалами також не знають меж – слоняча кістка, чорне дерево, перламутр, діаманти, шкіра ящірки і крокодила. З погляду цінителів модерну, хитрощі означають кризу стилю. Але у разі арт-деко це несправедливо. З епохою його розквіту пов'язана безліч художніх відкриттів, які залишаться з нами назавжди. Наприклад, «швидкісні лінії» – «видиме» повітря, що розривається стрімкими машинами. Їх зараз можна знайти в коміксах і на плакатах. А також обтічні форми – згладжування різких кутів, прийом дизайну, який сам вже став класикою. Архітектура старих хмарочосів Нью-Йорка і навіть сталінських московських висоток – частково також стиль арт-деко. І саме в рамках арт-деко вперше з'явилися конструкції сучасних меблів – обтічні, з деталями з порожнистих металевих трубок.

Арт-деко переживав ренесанс в 1960 і 1980-і роки, але принцип вишуканого зміщення стилів різних часів і континентів ідеально підходить по духу і нашому часу. «Золотий захід Європи», як ще називали арт-деко, можна спостерігати вже в п'ятий раз, але не з фатальністю періоду 1930-х, а як спогад і феномен зрілої європейської культури.

Оформлення ресторану в стилі арт-деко надає величезне поле для фантазії. Меню не обов'язково повинне бути дорогим. Швидше це річ, що зачаровує своєю оригінальністю. Вставки з екзотичної шкіри, оксамиту, пір'я і лелітки, а в стриманішому варіанті експерименти з кольором і формою – доречні рішення цього стилю, театрального формою і інтернаціонального за змістом.

4.5.4. Васнецовський стиль

У Росії з середини XIX століття «йшло своє кіно», не схоже на Голлівуд.

У 1861 році було відмінено кріпацтво. «Порвався ланцюг великий, порвався і вдарив – одним кінцем по панові, іншим по мужикові» – відома цитата з Миколи Некрасова як не можна краще показує, що історична подія сприймалася сучасниками неоднозначно. Почався період осмислення: що таке свобода, навіщо вона потрібна, чи хороша вона і що з нею робити? Довгі дискусії про національну самосвідомість і вибір шляху самі по собі тривожне заняття. Одне з легких рішень – піти «назад, до предків», з чим і був зв'язаний розквіт в товаристві староруських ідей.

Отже, традиціоналізм, або неоруський стиль, став панівним російським стилем останніх десятиліть XIX століття до тих пір, поки не був переможений геніальним російським модерном. Втім, в історії залишився блискучий приклад неконфліктного сплаву староруського стилю з безперечним модерном – картини Михайла Врубеля, що зачаровують, «Царівна-лебідь», «Снігуронька»... Але спочатку староруський, або, як його ще називали, національно-романтичний, напрям – це стиль з явним героїчним ухилом, багато в чому штучний, але ушляхетнений своїми засновниками Віктором Васнецовим і Василем Поленовим. Була переосмислена історія Стародавньої Русі, перечитані і проілюстровані «Казка про царя Салтана», «Руслан і Людмила» і інші шедеври. При цьому неоруський стиль не був ортодоксальним. У його творах християнська Русь сміливо заважа-

ла з язичницькою, яскраві художні образи переважали над ідеологією: три богатирі, жар-птиця, царевич з царівною на сірому вовку, товсті і підступні бояри, сильний і добрий цар, тереми і хатинки на курячих ніжках. У такій же естетиці знята більшість культових радянських мультфільмів.

На державному рівні стиль традиціоналізму був схвалений самим Олександром III, істинно «російським царем», богатирем, трудівником і миротворцем, але одночасно і персоною, навколо якої також старанно створювався міф. Соціальне замовлення було очевидне, художники досліджували все історичне і фольклорне – в живописі, архітектурі, декоративно-прикладному мистецтві.

В більшості випадків традиціоналізм був стилізаторством, тобто наслідком букви оригіналу і відтворенням «староруських» деталей. Проте тема «назад, до предків» стала популярною, улюбленою і міцно увійшла до повсякденного життя, зокрема, в рекламу комерції, що народилася, оскільки образ благородного Садко і мотиви національного розмаху були милі купецтву.

Меню в староруському стилі опинилися доречні як в трактирах, так і в дорогих ресторанах і на царських парадних обідах. Російський двір був утвореним і світським, тема Стародавньої Русі на зорі XX століття – колоритна і ненав'язлива. Тому в історії оформлення меню великосвітських обідів є приклади абсолютно природних композицій, суто слов'янських в образотворчій частині, але з перерахуванням французьких і англійських страв.

Приклад – меню роботи Віктора Васнецова святкового обіду 28 листопада 1899 року на честь установи в Росії ордена Святого Георгія (Георгіївського хреста). На обкладинці – Георгій Побідоносець. У тексті меню – суп з черепахи англійський, курчата французькі з трюфелями, артишоки по-паризьські.

4.5.5. Соцарт

За досить короткий в рамках історії час – всього за 70 років – в СРСР змінилася низка яскравих стилів, що відобразили складну епоху. Спочатку мистецтво 1920-х – російський модерн у всьому його різноманітті, апокаліптичні мотиви, воля до тотального перелаштування світу не тільки на Землі, але і на довколишніх планетах.

Вільне поводження з простором і космосом, Америкою і марсіанами. У декоративно-прикладній області – небувалий розквіт плаката, пов'язаний з впливом бунтарського генія Володимира Маяковського. Естетика плакатів Моссільпрома жива і зараз, її шедеври міцно увійшли до інтер'єру багатьох сучасних кафе, магазинів і офісів.

У 1930-х роках дух часу і мистецтва радикально змінився. Революційну романтику в з'єднанні з прогресивними ідеями змінив монументальний і статичний стиль грізної і замкнутої імперії – сталінський ампір. На Заході в цей час панував арт-деко – новаторство, швидкість, розкіш. Ці тенденції «свіжого повітря» були абсолютно недоречні в СРСР, але майстри все ж таки змогли направити їх в інше русло. Так почав формуватися власне радянський стиль під кодовою назвою «соцреалізм». Хтось з мистецтвознавців дотепно відмітив, що в соцреалізмі практично не було лише одного напрямку – реалізму. Але в 1960-і роки і у соцреалізмі прочиняється «людська особа». Офіціоз стає пародією, титани вже не так страшні, персонаж отримує право на людські слабкості. Обережно пробують голос лірика і декаданс – починається повільний захід стилю.

Цікаво, що оформлення кафе в «радянському стилі» в новій Росії починалося з несмілого стьобу і кітчу, що не заважало йому бути «душевеним». Хороший приклад – клуб «Петрович» Андрія Більжо. Згодом ідея була гаряче схвалена масовим відвідувачем і поступово ставала все більш відвертою і витриманою. Прикмети часу, які ще років десять тому викликали зубний біль, тепер стали об'єктом живої і глибокої ностальгії.

Вдалих приклад радянської класики – вже згадуваний ресторан «Главпівторг» на Луб'янці. Шкіряна тека для документів, червоні тасьма, безапеляційний круглий друк і резолюція «Затверджую!» – прекрасна ідея для оформлення меню. З одного боку, вона без промаху б'є в серце колишній радянській людині, з іншої – це життєздатна альтернатива прісному західному гламуру. Оформлення ресторану під міністерство викликає масу асоціацій, і вже переважно приємних. Наприклад, «Політбюро», яке виконано саме в цьому стилі.

Неминуче питання: як довго продовжиться мода на «радянський стиль»? Є підозра, що довго або дуже довго. Віковий діапазон публіки, для якої він актуальний, починається приблизно з 40 років, а це найактивніша група. До того ж у нього є всі шанси стати «класичним» з тої простої причини, що стильною була сама епоха.

Мистецтвознавці відзначають схильність до спрощення художніх конструкцій на рубежі епох, коли виникає прагнення розчистити простір для нових ідей. Мабуть, тому «японський» підхід на переломі тисячоліть став настільки актуальним.

Мінімалізм близький до класики, оскільки заснований на принципі пошуку ідеальних форм і пропорцій, дослідженні простору і грі освітлення. Але якщо в класиці допустимий стриманий декор, то в мінімалізмі він відсутній повністю. І, навпаки, популярні контрастні кольорові поєднання. Традиційна кольорова гама мінімалізму – чорно-біла основа з додаванням локальних яскравих плям чистих квітів – синього, червоного, жовтого. При цьому білий в мінімалізмі насправді замінений цілою гамою традиційних японських природних квітів – молочним, відтінками бежевого, кремовим, перлинно-сірим. Все це – прозорість повітря і відтінки снігу, які створюють в композиціях ілюзію нескінченного простору і невагомості. Асиметрія в мінімалізмі – також природна, а не штучна, як в арт-деко. Чіткі геометричні фігури – це вже з'єднання мінімалізму з європейськими пошуками форми початку минулого століття. Істинно японський стиль пом'якшує кути і може вводити в центр уваги ієрогліфи.

Меню, оформлених в стилі мінімалізму, багато. Серед найбільш відомих – меню ресторану «Уаніль», а також багатьох інших закладів з абстрактним і виразним логотипом, зображеним на фоновій обкладинці. Наприклад, меню ланча ресторану Simple Pleasure – золотий логотип на темному фоні, в якому один бачить чоловіка і жінку, інший – квітку, а третій – келих. Насправді це стилізовані букви S і P. Один з найбільш вдалих прикладів іншого типу, де виконує соло графіка, – меню пивної «Штольня».

4.5.6. HI-TECH (ХАЙ-ТЕК)

Цей ультрасучасний стиль, що народився в кінці ХХ століття, підпорядкований одному принципу – функціональності. Його відмінні риси – оптимальне використання простору, мобільність загальної конструкції, прості лінії і геометричні форми, застосування скляних і металевих деталей, а також різних видів пластика, шкірзамінника і інших матеріалів штучного походження. Чим вище за технологію, новіше за рішенням і незвичайніш за фактурою, тим більш виразно виконаний стиль. Хай-тек іноді називають «офісним стилем», в його діловому варіанті кольорові рішення не емоційні

– металік, срібло, білий, чорний. У демократичних закладах, відповідних для пари кухлів пива після трудового офісного дня, експерименти з кольором в рамках стилю цілком доречні. Кольори – або чистих класичних відтінків, або яскраві, космічні, в грубішій інтерпретації «кислотні». Меню подібного забарвлення при відповідному освітленні може зазвучати, як калейдоскоп.

На відміну від мінімалізму простота хай-тека без загадок, ідеї і досягнення в роботах цього стилю відкриті і ясно оформлені. Експерименти з формою – коник хай-тека, тим більше якщо вони пов'язані з новими технологіями. У талановитого виконання хай-тек зовсім не знеособлений стиль епохи роботів. Наприклад, обкладинка меню Cafe Fresh безпомилково визначається в стилі хай-тек виключно завдяки гостросучасній і витонченій деталі – «прохолодній» рамці з металу і скла з розсіпом дрібних кульок за нею.

4.6. Освоєння простору та кольорове рішення

Художня композиція меню може бути талановитою, стандартною, посередньою або зовсім не вдалою, але далеко не кожен відвідувач її відзначить і виставить оцінку. З погляду створення настрою і зручності перегляду найбільш важливі дві характеристики – розподіл тексту і малюнків в рамках листа і кольорова гама.

Грамотне освоєння простору – це вибір оптимального співвідношення між блоками тексту, картинками різної величини і ступеня яскравості і «повітря». Погляд гостя повинен природним чином охоплювати лист, не напружуючись у випадку, якщо основні інформаційні об'єкти подані дрібно або нерозбірливо, не плутаючись, якщо їх дуже багато на одному листі, не спотикаючись, якщо вони безсистемно перемішані з елементами декору, що не несуть смислового навантаження.

Вибір основного кольору меню і поєднання квітів – питання особистого смаку ресторатора, а також концепції, яка майже завжди сама має колір. Класичне рішення в дорогих закладах консервативного стилю – основний фон нейтрального бежевого, блідо-рожевого і блідо-жовтого кольорів. Приємні відтінки «жовтий льон», «пісок», «слоняча кістка» у разі «полегшеного» меню в картонній або паперовій обкладинці вибираються як для неї, так і для листів з текстом. Колір шрифту зазвичай темний, але частіше коричневий, чим чорний, оскільки останній на світлому фоні виглядає надмірно контрастно.

Колір меню демократичних кафе, як правило, більш насичений. Трактири консервативної народної концепції віддають перевазі приємні відтінки коричневого – колір натуральної шкіри, землі, а у поєднанні з природним глибоким зеленим – колір дерева. Майже для всіх людей він символізує стабільність і надійність.

Сучасна тенденція міських кафе – життєрадісні теплі кольори в жовтогарячій гамі. Червоний колір – один з найулюбленіших, але за своєю природою він набагато складніший. Щонайменше непопадання у відтінок може перетворити гордий, повний оптимізму колір у вульгарний і дратівливий. Класичне поєднання яскраво-червоного із золотим – символ розкоші, але цей ефект не можна дробити і повторювати. Додаткові елементи декору меню також можуть його «убити». Благородний колір бордо – це перш за все асоціації з Францією, з вишуканими винами. Використовувати його в простакуватій композиції недоречно. У обігу з іншими відтінками червоного також необхідні відчуття міри і обережність.

Чорний колір, так само як і білий, – класичний фон обкладинки меню сучасних закладів в стилі мінімалізму і хай-тек. Правда, чорний на відміну від нейтрального білого – це вже пряма заявка, і тому загальна композиція повинна бути ідеально продуманою. Ще складно зробити цілісним і приємним оку багатокольорове меню типу «повторення» як папуга, проте в кафе тропічного стилю це буде кращим рішенням.

Є категорія закладів, де стандартна кольорова гама вже спочатку підібрана. Так, піцерії і інші заклади італійської кухні роблять ставку на червоний і зелений кольори італійського прапора. Тим більше цікаво підібрати тут інший колір, який вдало ляже в концепцію і виділить заклад серед десятків йому подібних. Наприклад, меню Pasta della Mamma – теплого і насиченого жовтого кольору з червоно-коричневим відтінком. Він викликає безліч «смачних» асоціацій – свіжий хліб, масло, ну і, зрозуміло, добре приготована паста з сиром і соусом.

До речі, одна з найпростіших і важливіших рад професіоналів полягає в тому, що основний колір меню повинен бути «істинним». Зрозуміло, ця вимога не є безумовною, іноді концепції ідеально відповідають «кислотні» кольори. Але похмурі і брудні відтінки не підійдуть жодному меню.

Експерименти з кольором – один із способів економних стильних рішень. Дуже приємно виглядає меню, витримане в гамі одно-

го кольору, – від блідого до глибокого. М'якість переходів завжди приємна оку. Приклад – меню стейк-хауса GOODMAN, виконане в бузковому кольорі одного відтінку, але різній насиченості – від рожевого в основному фоні до близького до чорного в шрифтах. Витончено виглядають також фірмові кольори закладу в шрифтах заголовків і назв блюд. Зрозуміло, якщо це не сліпуче жовтий шрифт на апельсиновому або смарагдовому фоні.

Питання до розділу 4:

1. Визначення меню.
2. Бажання і потреби відвідувача ресторанних закладів.
3. Перелік напоїв в меню.
4. Додаткові послуги в меню.
5. Меню продуктів.
6. Компоновка меню.
7. Управління меню.
8. Готика і класицизм.
9. Модерн
10. Арт-деко
11. Васнецовський стиль
12. Соцарт
13. HI-TECH (хай-тек)
14. Освоєння простору та кольорове рішення

РОЗДІЛ 5.

СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ РЕСТОРАНІВ

На початку дев'яностих років минулого вже століття молодій людині, що працювала програмістом в одному з російських ресторанів, вдалося розробити і запровадити програму для автоматизації діяльності закладу. Для роботи програми використовувалися навіть не персональні комп'ютери, а ще стара, примітивна вітчизняна обчислювальна техніка. Молодого програміста звали Григорій Гуревич. Напевно, тоді він і припустити не міг, що незабаром стане засновником, співвласником і керівником цілої «імперії» – компанії UCS – провідного російського розробника і постачальника систем автоматизації ресторанів для країн СНД.

З початком ринкової економіки група однодумців пішли в «вільне плавання» і стала займатися розробкою програмного забезпечення, у тому числі і для ресторанного бізнесу. У них було декілька перших інсталяцій, створених ще в час роботи в ресторані системи. Останні версії цього програмного продукту створювалися вже для персонального комп'ютера. Вони намагалися його встановлювати, продавати, але, треба сказати, цей продукт був тоді ще недостатньо хороший. Фактично вони в нього вклали тільки свій досвід, а ось розуміння специфіки ресторанів, для яких він створювався, їм ще не вистачало.

Спочатку користувалися західною автоматизованою системою, але адаптувати її для національного ринку виявилось проблематичним. В сусідній Росії компанія «Росинтер» ухвалила рішення розмістити замовлення на створення автоматизованої системи. Компанія використовувала для управління своїми ресторанами кваліфікованих західних менеджерів, які мали досвід роботи з автоматизованими системами за кордоном і могли адекватно оцінювати їх достоїнства і недоліки, а головне – грамотно сформулювати вимоги до створюваного нами продукту. Співпраця з ними дала неоцінімий досвід. У 1994 році було створено абсолютно нову систему – це була п'ята версія програми R-KEEPER, яка вже реально відображала завдання, що стоять перед рестораном.

З цієї миті почалося стрімке входження в ринок. Цьому, поза сумнівом, посприяло те, що установка і успішне функціонування системи в провідних ресторанах створили певний авторитет. Авторитет і популярність «Росинтера» в ресторанних кругах стрімко

росли. Багато його послідовників-рестораторів стали брати за зразок організацію бізнесу в цій компанії, що в значній мірі впливало і на їх вибір постачальників для здійснення рішення по ІТ. Кількість замовлень на установку системи росла швидкими темпами. Вони оснащували своїми системами по 50–60 ресторанів на рік. Для того часу це були неймовірно високі показники, зараз же – за один місяць автоматизують в два рази більше.

З 1999 року вони почали активно просувати свої рішення за кордон – спочатку створили представництва компанії UCS в Литві і на Україні. На сьогодні кожне з цих представництв оснастило цими системами в своїх країнах близько трьохсот закладів. Потім відкрили представництва, що успішно діяли в Болгарії, Чехії, Угорщині, Польщі й Азербайджані.

Перш ніж перейти до опису переваг, які дає менеджерам ресторану використання комп'ютерних систем як в питаннях загального управління персоналом, так і в попередженні зловживань з боку співробітників, приведемо загальний опис основних можливостей комп'ютерних систем на прикладі R-KEEPER і системи складського обліку STORE HOUSE, розроблених компанією UCS.

Загальний огляд автоматизованої системи R-KEEPER. Склад програмного комплексу.

Програмний комплекс можна розділити на 3 рівні:

1. Каса, включає систему касира (касовий апарат), систему офіціанта (так звану пречек-станцію) і систему бармена – касовий апарат.
2. Фронт-офіс (тобто офіс ресторану), що включає систему формування даних, систему звітів, систему управління дисконтними і платіжними картами, систему складського обліку і систему «менеджер ON LINE».
3. Бек-офіс (тобто офіс корпорації), що включає систему формування даних і систему звітів.

Основні характеристики устаткування.

Система R-KEEPER здатна працювати на різних касових апаратах і офіціантських терміналах, званих станціями, об'єднаних в локальну обчислювальну мережу, загальна схема якої приведена на рисунку 5.1.

Максимальна кількість станцій, які можуть бути підключені в одну мережу, залежить від характеристик комп'ютерної мережі. За-

лежно від призначення і функціональних можливостей станції поділяються на 4 види:

- станція касира
- станція офіціанта
- станція бармена
- станція менеджера.

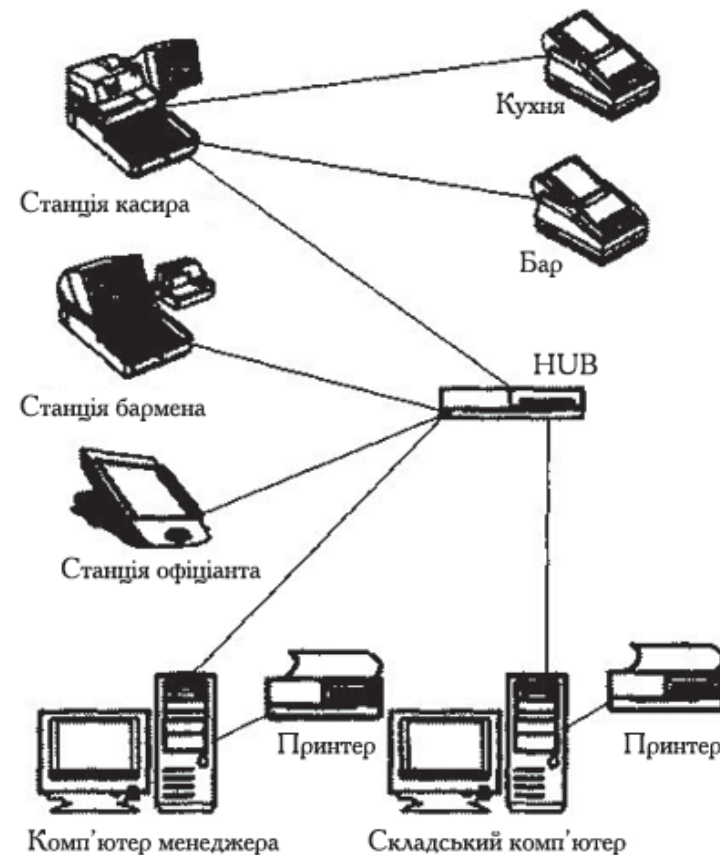


Рис. 5.1 – Зразкова станція

Як менеджерська станція необхідно використовувати IBM PC – сумісний комп'ютер.

Касові апарати – це комплекс, що складається із спеціалізованих IBM PC – сумісних комп'ютерів (клавіатурних або Touch Screen) і фіскальних реєстраторів (ККМ). Відповідно до вимог податкової інспекції України все ККМ повинні бути оснащені незалежною пам'яттю (так званою «фіскальною пам'яттю») і блоком ЕКЛЗ.

Система R-Keereg може працювати з наступними типами ККМ: ШТРИХ-ФР-К, Прим-08ТК, Спарк-617К.

Як офіціантські термінали використовуються станції із спеціалізованою клавіатурою, термінали Touch Screen різних типів і переносні термінали.

У підрозділах (наприклад, на кухні) можлива установка терміналів для виклику офіціантів.

У великих ресторанах, як правило, необхідно більше трьох робочих станцій. В цьому випадку доцільно використовувати для роботи системи виділений сервер, тобто IBM PC – сумісний комп'ютер з хорошими швидкісними характеристиками. Придбання такого сервера вимагає додаткових витрат, але вони окупаються за рахунок значного прискорення в роботі системи.

У системі R-KEEPER використовується три типи друкувальних пристроїв:

1. Принтери рулонного друку (Roll).

Застосовуються для друку фінальних чеків і касових звітів. Встановлюються такі принтери на станціях барменів і касирів. Вони можуть як вбудовуватися в касові апарати, так і встановлюватися окремо.

2. Чекові принтери (Slip).

Застосовуються для друку попередніх чеків (пречеків) на спеціальних бланках. Бланки можуть бути подвійними, для одночасного друку чека і копії, містити логотип ресторану і іншу додаткову інформацію. Такі принтери також встановлюються на станціях офіціантів, барменів і касирів. Вони можуть бути як з послідовним, так і з паралельним інтерфейсом.

3. Видалені принтери (сервіс-принтери) рулонного друку. Використовуються для друку замовлень в підрозділах (на кухні або в барі).

Як додатковий пристрій на станціях бармена і станціях касирів (у ресторанах швидкого обслуговування) може використовуватися

дисплей покупця (Customer display), на якому для гостя показується вся поточна інформація по рахунку, а також підсумкова сума по рахунку і сума здачі.

Станції бармена або касові станції, на яких проводиться розрахунок з гостем, обов'язково оснащуються касовим ящиком для готівки. Управління касовим ящиком здійснюється програмно.

Для управління більярдними столами з касових станцій можуть бути використані спеціалізовані пристрої Pooljet.

Крім сервіс-принтерів, що друкують замовлення на бланках, у виробничих підрозділах, таких як кухня або бар, часто додатково встановлюються відеодисплеї. Це значно спрощує роботу персоналу виробництва.

Також в ресторані може бути встановлена система відеоспостереження, яка включає спеціальне програмне забезпечення, що інсталується на комп'ютер менеджера і відеокамери.

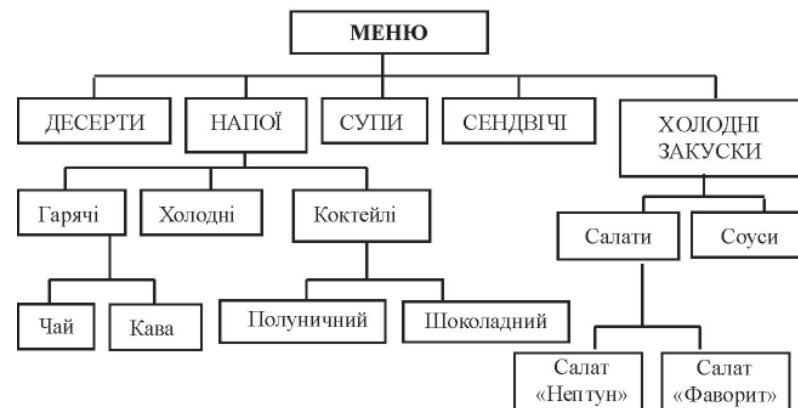
Основні поняття, використовувані при роботі з автоматизованою системою R-KEEPER

1. Структура меню.

Меню ресторану вводиться в систему у вигляді ієрархічної структури, що є «деревом».

Слід зазначити, що на будь-якому рівні меню можуть знаходитися як страви, так і групи страв. Групи створюються для того, щоб можна було узагальнити страви або інші групи за якою-небудь ознакою. Продати групу не можна, оскільки вона не має ціни. Страви мають ціни і можуть бути продані.

На схемі показаний приклад ієрархії меню, або структури «дерева»:



Група MENU є коренем дерева і складається з основних груп. Вони утворюють перший рівень в ієрархічній структурі меню.

У прикладі групи ДЕСЕРТИ, НАПОЇ, СУПИ, СЕНДВІЧІ, ХОЛОДНІ ЗАКУСКИ є основними і утворюють перший рівень.

Кожна з основних груп у свою чергу може складатися зі страв, об'єднаних загальною ознакою, або груп, які в ієрархічній структурі меню утворюватимуть другий рівень.

Наприклад, групу НАПОЇ можна розбити на три групи: ГАРЯЧІ, ХОЛОДНІ, КОКТЕЙЛІ. Ці групи утворюватимуть другий рівень і відповідатимуть групі НАПОЇ.

Кількість рівнів може бути будь-яким залежно від того, як вирішено описати структуру меню ресторану.

Окрема страва в «дереві» завжди є кінцем шляху від кореня. Воно знаходиться на останньому рівні ієрархії і відповідає групі, що знаходиться в «дереві» рівнем вище.

Наприклад, група другого рівня КОКТЕЙЛІ, що належить основній групі НАПОЇ, складається зі страв ПОЛУНИЧНИЙ і ШОКОЛАДНИЙ.

Так, щоб знайти в меню ресторану страву ПОЛУНИЧНИЙ КОКТЕЙЛЬ, треба пройти шлях, показаний на наступній схемі:



Ієрархічна структура меню дуже зручна для подальшої роботи з ним. Оскільки пошук ведеться по групах, немає необхідності переглядати весь список для того, щоб знайти необхідну страву. Тому менеджер повинен так продумати і організувати структуру меню ресторану, щоб подальше його використання було максимально зручним.

2. Модифікатори.

У системі R-KEEPER передбачена можливість враховувати індивідуальні побажання гостя при приготуванні тих або інших страв і повідомляти їх при складанні замовлення на кухню або в бар. Для цієї мети використовуються модифікатори до страв.

Модифікатори – це безкоштовні для клієнта зміни в технології приготування або в подачі страви. Незалежно від того, який модифікатор вибраний, ціна страви не зміниться.

Модифікатор характеризується своєю відносною вагою. Відносна вага – це задане вами число від 0 до 99 (до реальної ваги продукту в грамах відносна вага не має відношення). Інформація про витрату модифікаторів, відносна вага яких рівна 0, в звіті не потрапляє. Тому для модифікаторів, які збільшують витрату продуктів (наприклад «зі сметаною», «з лимоном» тощо), рекомендується встановлювати відносну вагу 1 і більш, а для модифікаторів, що не приводять до збільшення витрати продуктів (наприклад, «в одну тарілку», «з льодом» і так далі), рекомендується встановлювати відносну вагу, рівну 0.

Для кожної страви необхідно визначити максимальну допустиму вагу модифікаторів. Система сама відстежить, щоб сумарна відносна вага вибраних до страви модифікаторів не перевищувала максимально допустиме значення для цієї страви. Коли поточна вага модифікаторів співпадає з максимальною, подальший їх вибір стає неможливим.

Модифікатори можуть бути обов'язковими для страви. В цьому випадку при введенні цієї страви в рахунок обов'язково повинен бути вказаний його модифікатор (або декілька модифікаторів).

Модифікатори можуть використовуватися при оформленні замовлення на страву, але бути необов'язковими. До них можуть належати такі додаткові характеристики для гарячих страв, як «добре просмажене» або «з кров'ю». Для напоїв, наприклад, можуть бути задані модифікатори «з льодом», «без льоду» або «в один стакан».

3. «Гарячі» клавіші.

Під «гарячою» клавішею в системі мається на увазі клавіша на клавіатурі робочої станції, за допомогою якої здійснюється швидке введення страви в рахунок або виклик на екран вмісту групи страв.

Використання «гарячих» клавіш при роботі з рахунком значно скорочує час оформлення замовлення.

Якщо в ресторані використовуються станції різних типів, клавіатури яких відрізняються один від одного, тобто можливість для різних клавіатур призначати свої групи «гарячих» клавіш.

«Гарячі» клавіші можуть бути визначені тільки для клавіатурних терміналів.

4. Сервіс-друк.

Система здійснює автоматичне повідомлення замовлення у відповідні підрозділи виробництва (наприклад, в гарячий цех, у холодний цех або в бар). У кожному підрозділі є сервіс-принтер.

В той момент, коли офіціант або бармен зберігає рахунок, система запам'ятовує замовлення і розсилає його на видалені принтери у відповідних підрозділах виробництва. На цьому видаленому принтері роздруковується так званий сервіс-чек із замовленням. У сервіс-чеку вказуються найменування страв, їх послідовність, тимчасова затримка в приготуванні і модифікатори до страв (якщо вони використовуються). Крім того, у чеку повідомляються прізвище офіціанта, що оформив замовлення, і номер замовлення, для якого призначені ці страви. Це дозволяє уникнути плутанини при великому обсягу замовлень. На підставі таких чеків готуються страви і регулюється їх відпускання.

5. Категорії страв.

Система дозволяє віднести будь-яку страву до певної категорії, вибравши за основу яку-небудь ознаку. Наприклад, страви можуть бути розбиті на категорії на підставі чинного податкового законодавства. Розбиття страв на категорії дозволяє діставати додаткову можливість проведення аналізу роботи ресторану з використанням звітів з реалізації страв по категоріях.

Крім того, категорії використовуються в системі для призначення знижок або націнок на певні страви.

До складу системи входить певний набір категорій страв, який можна змінювати на свій розсуд.

6. Типи валют.

У системі обов'язково повинні бути задані базова валюта і національна валюта.

Базова валюта – це та, в якій указуються ціни на страви в меню ресторану.

Національна валюта – основна валюта держави. Вона за умовчанням пропонуватиметься при закритті рахунку на касовій станції.

Одна валюта може одночасно бути і базовою, і національною.

Дві різні валюти в системі не можуть одночасно мати статусу базових або національних. Система сама стежить за цим.

7. Тарифікація.

У системі R-KEEPER передбачена можливість тарифікації, тобто продажі якогось ресурсу, ціна якого обчислюється за певними правилами залежно від часу і тривалості використання.

Об'єктом тарифікації можуть бути такі послуги, як боулінг, більярд тощо. Тарифи, тобто правила, по яких розраховується ціна ресурсу, визначаються користувачем. Система дозволяє отримувати вичерпні звіти про послуги, продані з використанням тарифікації.

8. Консумація.

Для підвищення ефективності роботи персоналу часто використовують систему консумаційних винагород за продаж тій або іншій позиції в меню.

Система R-KEEPER дозволяє набудувати гнучку систему консумаційних винагород з повною звітністю про персональні продажі окремих співробітників і відповідні винагороди.

9. Стіл (замовлення).

При роботі із застосуванням автоматизованої системи прийнято використовувати таке поняття, як «стіл» або «замовлення». Коли гість приходить в ресторан, на нього відкривається так званий «стіл» на офіціантській або касовій станції. Сюди вносяться всі дані про замовлення клієнта:

- перелік замовлених страв з вказівкою кількості і можливих модифікаторів;
- час відкриття «столу»;
- прізвище офіціанта або касира, що відкрив «стіл»;
- перелік знижок або націнок.

На підставі даних, внесених касиром або офіціантом в «стіл», роздруковуються сервіс-чеки на виробництві.

При необхідності з «столами» клієнтів можуть бути проведені наступні операції:

- доповнення або зміна замовлення клієнта;
- друк попереднього чека (так званого пречека до об'єднання «столів»);
- розділення одного «столу» на два, три тощо;
- видалення «столу».

Після оплати замовлення «стіл» закривається, і формується чек. Вся інформація про відкриті в системі «столи» і подальші операції з ними може бути отримана у відповідних звітах системи.

10. Види чеків.

У системі використовується два види чеків – попередні чеки (пречеки) і фінальні чеки.

Пречек використовується при розрахунку з клієнтом в концептуальних ресторанах. Він пред'являється гостю для того, щоб він міг з ним ознайомитися і визначити для себе, як він оплачуватиме рахунок. Для цього в рахунку може бути вказана підсумкова сума в різних валютах. Валюти, в яких друкується сума по рахунку, в пречеку встановлюються менеджером.

Попередній чек по рахунку офіціант, бармен або касир мають можливість отримати тільки один раз. Для отримання ще однієї копії або для продовження роботи із замовленням потрібно відмінити виконаний друк попереднього чека. Ця функція доступна тільки менеджеріві.

Попередній чек не має номера, не містить даних про оплату і фіскальні дані.

Фінальний чек – це чек, який пред'являється гостю при остаточному розрахунку. Фінальний чек повинен містити наступну інформацію:

- назва ресторану і його адреса
- порядковий номер операції
- порядковий номер чека
- номер столу
- дата, час відкриття і час закриття чека
- кількість гостей
- фактична дата друку
- прізвище касира або офіціанта, що оформив чек
- повна інформація про замовлення (найменування страв, кількість, сума)
- загальна сума по чеку
- сума до оплати
- сума, отриману від клієнта
- сума здачі
- фіскальні дані.

Фінальний чек може бути надрукований тільки один раз.

Технології, підтримувані системою R-KEEPER.

Залежно від розміру ресторану, від індивідуальних особливостей обслуговування і т. д. можливе використання різних технологій, які підтримуються системою R-KEEPER.

1. Технологія «Карта на вході».

У нічних клубах з великою кількістю барів, де гості можуть вільно переміщатися з одного залу в інший і, відповідно, з бару в бар, дуже зручно виключити розрахунок гостю безпосередньо з барменами і офіціантами. Для цього в системі передбачена можливість роботи по магнітних картах – технологія «Карта на вході». Суть цієї технології полягає в тому, що кожен гість, що прийшов у ресторан, отримує магнітну карту. На цю карту в менеджерській системі встановлюється ліміт, тобто сума, на яку гість може зробити замовлення. Введення в систему всіх замовлень гостя здійснюється тільки по його магнітній карті. В кінці вечора на виході з ресторану гість розплачується, пред'явивши касирові свою карту.

Якщо сума замовлення перевищує встановлений ліміт, то гість повинен сплатити встановлену суму ліміту по даній карті, після чого зможе зробити нове замовлення. При втраті магнітної карти гостем виплачується вся сума ліміту.

2. Клубна система.

Клубна система припускає, що клієнти як платіжний засіб можуть використовувати клубну карту.

Можлива видача клієнтам іменних магнітних карт – так званих клубних карт, якими вони можуть розплачуватися в ресторані.

Для кожної конкретної карти можна визначити знижку, яку гість отримуватиме при оплаті рахунку.

З такими картами існує два режими роботи:

- Клієнт вносить певну суму, яка нараховується на його карту. При подальшій оплаті клієнтом рахунків грошы автоматично знімаються з карти. Така карта називається дебетовою.
- Для кожного клієнта визначається розмір кредиту. Клієнт може користуватися такою картою при оплаті рахунків доти, поки не буде вичерпана сума кредиту. Коли це відбудеться, клієнт повинен внести гроші, після чого можливе подальше користування кредитом при оплаті рахунків. Така карта називається кредитовою.

На одній персональній карті можливе поєднання функцій кредитової, дебетової і дисконтної карт.

3. Авторизація доступу до системи.

Ключем доступу персоналу в систему є індивідуальний код. Він є чотиризначною числовою, символною або змішаною комбінаці-

сю. Її значення відповідає значенню, що зберігається на магнітній карті або електронній пігулці (мікročіпі). Таку карту або пігулку повинен мати кожен працівник ресторану, що працює з касовою системою. При роботі з менеджерською системою введення індивідуального коду здійснюється з клавіатури. Увійти до касової системи без ключа доступу неможливо.

Магнітна карта є пластиковою пластинкою, на яку нанесена магнітна смуга. Щоб система могла прочитати код, необхідно вставити магнітну карту в читальний пристрій, потім плавно провести нею зліва направо (або зверху вниз, залежно від розташування читального пристрою). Щоб система могла прочитати код з електронної пігулки, необхідно прикласти пігулку до читального пристрою.

Якщо система зрозуміла код, який записаний на магнітній карті або електронній пігулці, вона видасть повідомлення про те, що код прочитаний. Інакше вона видає відповідне повідомлення, після чого процедуру реєстрації необхідно повторити.

Прізвище і відповідний код співробітника зберігаються в словнику персоналу.

Слід пам'ятати, що магнітна карта або електронна пігулка, як і всі носії інформації, вимагає дбайливого відношення.

У системі існує чітке розділення повноважень персоналу при роботі з касовою системою відповідно до посади. Посада визначає межі можливостей і обсяг прав співробітника при роботі з системою. Всього їх шість:

- офіціант (робота в залі)
- бармен (робота в залі)
- касир (робота в залі)
- менеджер залу (робота в залі)
- менеджер офісу (робота на менеджерському комп'ютері)
- адміністратор системи (робота на менеджерському комп'ютері).

У повноваження офіціанта входять: відкриття нового рахунку, збереження рахунку, оформлення дозамовлення, друк попереднього чека. При цьому він може відкрити «стіл» тільки на своє ім'я, що виключає можливість виникнення випадкових помилок.

Бармен має рацію офіціанта в доступі до системи і частково виконує функції касира. Він, як і касир, працює з грошима, тому йому доступні операції управління касовим ящиком. Бармен може здій-

снювати всі операції при роботі з рахунком, аж до його закриття. Основна відмінність повноважень бармена від повноважень касира полягає в тому, що перший має можливість працювати тільки з своїми рахунками. Повна таблиця рахунків барменові недоступна.

Касир має право доступу до каси, можливість оплачувати рахунки будь-якого офіціанта або бармена, реєструвати офіціантів або барменів на початку дня, переносити «столи» від одного офіціанта до іншого тощо. За наявності певних налаштувань системи касир може редагувати рахунки офіціантів або барменів. В цьому випадку касирові доступні всі функції офіціанта.

Повноваження менеджера залу можуть включати виконання відмов з чеків, перенесення страв, видалення закритих рахунків, зняття прапора пречеку (відміна попереднього роздруку рахунку) тощо.

Менеджерам можуть бути встановлені різні права при роботі з системою.

У права менеджера офісу можуть входити: редагування основних словників системи, отримання звітів за будь-який період роботи ресторану, а також здійснення процедури закриття касового дня.

Допустимі операції менеджера в менеджерській системі встановлюються адміністратором системи.

Адміністратор системи має найбільші повноваження. Йому доступні всі вищеперелічені операції. Адміністратором системи встановлюються повноваження менеджерів по менеджерській системі.

Технологія роботи з системою R-KEEPER в ресторані.

Розглянемо на всіх етапах технологію роботи в ресторані з використанням системи R-KEEPER.

1. Попередній етап.

Перед початком роботи ресторану необхідно включити всі робочі станції. Якщо до словників системи були внесені які-небудь зміни, то для того, щоб оновлена інформація стала доступна на робочих станціях, при включенні устаткування необхідно дотримувати наступний порядок:

- менеджерський комп'ютер
- касовий сервер (якщо сервер встановлений на окремому комп'ютері)
- касові станції (спочатку головна каса, потім підлеглі)
- станції офіціантів і барменів.

У випадку якщо ніякі зміни до словників системи не вносилися, менеджерський комп'ютер можна не включати.

При включенні касових терміналів необхідно перевірити правильність дати на касі і упевнитися в тому, що вона знаходиться у фіскальному режимі.

2. Порядок отримання і оформлення замовлення.

Прийнявши замовлення у гостя, офіціант повинен підійти до офіціантської станції і реєструватися за допомогою магнітної картки або мікрочіпа. Потім він відкриває новий «стіл» і вводить його номер в систему. Двох «столів» з однаковими номерами в системі бути не може. Тому для зручності роботи рекомендується заздалегідь привласнити кожному столу індивідуальний номер. Після того, як «стіл» відкритий, офіціант вводить замовлення і відправляє його на друк. Якщо гостю надається послуга, що продається за тарифами (наприклад, боулінг, більярд тощо), то офіціант запускає відповідну тарифікацію по даному «столу».

На цьому етапі технологічного процесу можуть використовуватися переносні термінали офіціанта.

3. Порядок виконання замовлення.

Після того, як офіціант відправив замовлення на друк, він роздруковується на видалених принтерах, встановлених в основних підрозділах виробництва. На підставі отриманого роздруку кухнею або баром готується замовлення. Про його готовність повідомляється офіціантові. На цьому етапі технологічного процесу можуть бути використані термінали виклику офіціанта, а також відеодисплеї, на які виводиться інформація про замовлення клієнтів.

4. Порядок оформлення дозамовлення.

Офіціант приймає дозамовлення у клієнта, після чого підходить до офіціантської станції і реєструється за допомогою магнітної картки або мікрочіпа. Потім в таблиці рахунків він знаходить необхідний йому «стіл», відкриває його і вводить дозамовлення. Причому офіціантові доступні рахунки тільки на ті «столи», які він відкривав. Потім офіціант відправляє дозамовлення на друк. Ці дії можна також виконувати з використанням переносних терміналів офіціанта.

5. Друк попереднього чека.

Якщо гість просить його розрахувати, офіціант або касир роздруковує попередній чек, після чого офіціант віддає його гостю.

Якщо гість користувався послугами, що тарифікувалися, такими як боулінг, більярд тощо, то заздалегідь офіціант або касир зупиняє тарифікацію, і в чек додається підсумкова сума за користування послугою з розшифровкою по задіяних тарифах. Потім гість повідомляє офіціанта, як він розраховуватиметься. Після роздруку попереднього чека зміни в замовленні, у тому числі і призначення знижок, неможливі. Відмінити статус пречеку може тільки менеджер за наявності у нього відповідних прав.

6. Порядок розрахунку з гостем.

Остаточний розрахунок проводиться на станції касира. Касир знаходить замовлення в таблиці рахунків, відкриває його, друкує фінальний чек і здійснює розрахунок з гостем.

7. Завершальний етап.

В кінці робочого дня, після того, як розраховувався останній гість ресторану, знімається каса. На всіх касах роздруковуються підсумкові звіти, які разом з наявною виручкою здаються старшому касирові. Після цього на всіх касах здійснюється процедура закриття касового дня.

Система складського обліку STORE HOUSE.

Складський облік у сфері громадського харчування – один з складних видів складського обліку. От чому у всьому світі компанії, що спеціалізуються на ресторанному бізнесі, з таким піднесенням сприйняли появу спеціалізованих комп'ютерних програм, що допомагають автоматизувати цей процес.

Ця програма є зручним інструментом в роботі персоналу ресторану і дозволяє керівництву мати найповнішу інформацію про діяльність підприємства.

Система дозволяє:

- вводити і зберігати дані про всі продукти, одиниці вимірювання, кореспондентів, ставки податку, план рахунків тощо;
- враховувати рух товарів (прихід, витрата, внутрішні переміщення, повернення, списання, комплектація та ін.);
- створювати калькуляційні і технологічні карти блюд, автоматично розраховувати їх собівартість;
- виведення звітів і статистичних даних. Можна включити режим автоматичної реакції системи, наприклад, на активування екрану при продажі певного блюда або напою;

- виведення зображення на весь екран при сумі чеку більше певного значення: подачу звукового зображення при кількості товарів в чеці певнішої кількості.

Всі перераховані можливості дозволяють співробітникам служби безпеки оперативно реагувати на тривожні ситуації.

Підозрілі операції по касі, такі як повернення або відміна, можуть відображатися на моніторі різним кольором, що полегшує роботу як в режимі архіву, так і при спостереженні в реальному часі.

Програма тарифікації робочого часу персоналу TIME-KEEPER.

Ця програма, що є базовою робочою надбудовою програми R-KEEPER, є ще одним корисним інструментом, що дозволяє рестораторові здійснювати ефективний контроль режиму роботи персоналу і укріплювати трудову дисципліну серед співробітників.

Програма адаптована для обліку робочого часу персоналу при одночасному використанні різних режимів роботи для різних категорій співробітників. Наприклад, для офісних службовців в неї можна ввести стандартний режим роботи – з 9.00 до 18.00, а для роботи змінами – плаваючий графік. У систему можна ввести первинну інформацію про графік роботи, наприклад, зміни офіціантів з п'яти чоловік на цілий місяць.

Для кожного співробітника заводиться своя персональна карта. Прийшовши на роботу, необхідно рахувати свою персональну карту в спеціальному прочитуючому пристрої. Таким чином співробітник ідентифікує свій прихід і починається відлік його робочого часу. Після закінчення роботи карта знову прочитується, і тарифікація робочого часу припиняється.

Варіанти установки прочитуючих пристроїв можуть бути самими різними. Для офісного персоналу можлива їх установка безпосередньо на дверях при вході. Офіціанти ж можуть прочитувати картки на своїх терміналах або на касових апаратах, встановлених в залі. Це дає можливість виключити доступ офісного персоналу в зал ресторану, а працівників залу – в офіс.

Системи тарифікації робочого часу із-за своєї складності і високої вартості поки не знайшли широкого застосування. Використовують такі системи, як правило, крупні ресторани мережі з великою кількістю співробітників.

Перспективи розвитку автоматизованих систем.

Виникає закономірне питання: як рестораторові ухвалити економічно обгрунтоване рішення про установку автоматизованої системи? Чи варто витратити гроші на таке дороге устаткування?

Як рестораторові ухвалити економічно обгрунтоване рішення про установку системи? По оцінках експертів, збільшення обороту ресторану після установки системи складає як мінімум 30-40 відсотків. Якщо виходити з середньої собівартості ресторанної продукції і послуг в 30 відсотків, то збільшення обороту на третину приведе до додаткового збільшення прибутку на 20 відсотків. При допустимому терміні амортизації автоматизованої системи в один рік 20 відсотків додатково отриманою за рахунок її установки прибутку повинні повністю покривати вартість системи. Тоді установка системи економічно оправдана. Інакше, напевно, доцільно відмовитися від автоматизації і спробувати збільшити прибуток закладу екстенсивним шляхом за рахунок яких-небудь адміністративних заходів.

Якщо говорити про зовсім маленькі одиничні ресторани, то установка системи в них за деякими виключеннями (є невеликі ресторанички, одержуючі дуже непоганий прибуток) обумовлена не економічними міркуваннями. Ресторатори, що мають мережу невеликих ресторанів, можуть істотно заощадити на установці системи за рахунок придбання тільки однієї, загальної для всіх закладів менеджерської частини і установки її, наприклад, в бек-офісі. В даний час розглядають можливість розробки автоматизованої станції, яка стане набагато простіше існуючої системи R-KEEPER, але проте цілком задовольнятиме власників маленьких підприємств громадських харчувань і по своїх функціях, і за вартістю. Можливо, для установки такої спрощеної системи не буде потрібно навіть персонального комп'ютера.

Крім того, науковці працюють над удосконаленням функцій автоматизованих систем, які дозволять істотно збільшити їх можливості в частині контролю діяльності персоналу. Наприклад, реалізована можливість видаленого моніторингу – так званого WEB-моніторингу, коли менеджер зможе, не знаходячись в залі ресторану, видалено отримувати інформацію про поточне полягання в залі і на касових терміналах.

Не секрет, що однією з головних переваг оснащення ресторану сучасним софтвером є те, що це – один з найефективніших заходів протидії зловживанням з боку персоналу, тобто крадіжці.

Питання до розділу 5:

1. Історія розвитку автоматизації підприємств харчування.
2. Загальний огляд автоматизованої системи R-KEEPER.
3. Типи друкувальних пристроїв системи R-KEEPER.
4. Технологія роботи з системою R-KEEPER в ресторані.
5. Система складського обліку STORE HOUSE.
6. Програма тарифікації робочого часу персоналу TIME-KEEPER.
7. Перспективи розвитку автоматизованих систем.

РОЗДІЛ 6.

ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ

Правильно проведене оцінювання персоналу – важливий та ефективний інструмент, який дозволяє виявити слабкі та сильні сторони діяльності співробітників, при якому необхідно скласти план навчання та збільшити прибутковість підприємства. Оцінювання вказує на знання персоналу меню та карти вин, послуг, які надаються закладом, правил сервірування та подачі. Вміння грамотно запропонувати ці знання та навички. Вміння гнучко реагувати на несподівані ситуації, які можуть виникнути під час роботи, наприклад, розрішення конфліктних ситуацій з відвідувачами. Також воно дає можливість побачити потенціал співробітників.

Якщо в закладі грамотно та систематично оцінюються співробітники, це дає можливість з найбільшим результатом для закладу переставляти кадри та готувати управлінський склад з власного персоналу. Просування власних співробітників на позиції менеджера відчутно зменшує витрати на пошук нових співробітників, їх адаптацію та введення в специфіку роботи, а також виплату комісійного винагородження кадровим агенціям. Нові співробітники, як правило, адаптуються протягом 3 – 8 місяців та увесь цей час не можуть працювати на повну силу. До того ж, навчанням нового співробітника займається наставник – досвідний співробітник (наприклад, старший офіціант), який відволікається від своїх прямих обов'язків, що також побічно впливає на втрати для закладу. Ще один плюс просування власного персоналу – їх лояльність по відношенню до закладу.

Всім добре відомо, що для складання та підтримки високої якості сервісу необхідна цілеспрямована програма навчання та розвитку персоналу. Все частіше у великих компаніях створюються підрозділи або наймається співробітник, який відповідає за даний напрямок. Оцінювання персоналу дозволяє визначити поточну потребу в тренінгах, виявити найбільш проблемні точки в знаннях, які потребують втручання.

Оцінювання готує платформу для перегляду зарплатні, бонусів (наприклад, для перегляду розподілу чайових між співробітниками). Як основа для створення програми розвитку кадрового резерву, воно мотивує персонал на довгострокову роботу в закладі та зменшує ризик звільнення кращих працівників. Також оцінка підштовхує працівників до професійної досконалості та зросту.

Для самого працівника проведення оцінки дає можливість отримати зворотний зв'язок з безпосереднім керівником. А також є гарантією того, що досягнення не залишаться без уваги. Відкриває додаткові можливості для професійного та кар'єрного зросту.

Дуже часто саме під час оціночних заходів у співробітників з'являється ясне розуміння поставлених задач, критеріїв успішності їх виконання, залежності заробітної платні та бонусів від результатів роботи.

Грамотно розроблена та проведена оцінка демонструє працівникам місію, стратегію розвитку та професіоналізм закладу.

Для того щоб попередити незадоволеність працівників на перших етапах оцінювання, а також мотивувати їх на активну участь, допоможе відкрита та відверта бесіда. Необхідно пояснити персоналу, навіщо закладу проведення оціночного заходу, чому саме обрана така форма проведення, як будуть використовуватися результати. Також дуже важливо назвати всі плюси для самих співробітників. Такі бесіди проводять під час загальних зборів. Якщо дозволяє час, то проводять бесіди окремо з кожним співробітником. Це дає можливість дізнатися особистісного відношення кожного та зняти багато непотрібних емоцій.

Оцінку персоналу можна проводити власними силами або за допомогою спеціалістів. В першу чергу це відобразиться на якості проведення та результаті.

Обираючи методи проведення атестації персоналу, важливо не випускати з виду його мету, а саме: оцінювання ефективності роботи працівників, їх відповідність посадам, які вони займають, а також виявлення перспективних співробітників для їх підготовки та просування. З цього визначення атестацію можна поділити на дві складові: оцінка роботи та оцінка персоналу.

Оцінка роботи має за мету зіставити реальний зміст, якість, обсяг та інтенсивність праці персоналу з тим, що заплановано. Оцінка роботи дає можливість оцінити кількість, якість, інтенсивність праці. Оцінка персоналу має за мету вивчення ступеня підготовленості працівника до виконання саме цього виду діяльності, виявити рівень його потенційних можливостей з метою оцінки перспектив зросту (ротатії), а також розробки кадрових заходів, які необхідні для досягнення цілей кадрової політики.

Всі методи оцінювання можна розділити на методи індивідуальної оцінки працівників, які ґрунтуються на дослідженні індивідуаль-

них якостей працівника, та методи групової оцінки, які ґрунтуються на порівнянні ефективності працівників зсередини.

Метод анкетування. Оціночна анкета являє собою певний набір питань та описів. Фахівець, який проводить оцінювання аналізує наявність або відсутність вказаних рис у працівника, якого оцінюють, та відмічає варіант, який підходить.

Описовий метод оцінки. Фахівець, який проводить оцінювання, повинен виявити та описати позитивні та негативні риси поведінки того, кого атестують. Цей метод не обумовлює чіткої фіксації результатів і тому часто використовується як доповнення до інших методів.

Метод класифікації. Цей метод засновано на ранжуванні працівників, яких атестують за визначеним критерієм від кращого до поганого з присвоєнням ним визначеного порядкового номеру.

Метод порівняння по парах. В цьому методі порівняння йде в групі атестованих, які знаходяться на одній посаді, кожний з кожним, після чого підраховується кількість разів, коли атестований виявився кращим в своїй парі. На основі отриманих даних будується загальний рейтинг в групі.

Рейтинг або метод порівняння. Він заснований на оцінці відповідності працівника посаді, яку той займає. Це метод шкалювання особистісних якостей працівника. Важливий компонент цього виду оцінювання – список задач, які повинен виконувати атестований співробітник. Після складання цього списку проходить вивчення діяльності з обліком часу, який затрачується співробітником для прийняття рішення, способів вирішення поставлених задач. Враховується також, наскільки економно працівником використовуються матеріальні кошти. Оцінювання проходить за 7-бальною шкалою.

Метод завданого розподілу. При цьому методі особі, яка проводить оцінювання, предписує дати працівникам оцінки в межах завданого (фіксованого) розподілу оцінок.

Метод оцінки за рішучою ситуацією. Для використання цього методу фахівці по оцінюванню готують список описів «правильної» та «неправильної» поведінки працівників в типовій ситуації «рішучих ситуаціях». Ці описи розподіляють за рубриками у відповідності з характером роботи. Фахівець, який проводить оцінювання, готує журнал для нотаток по кожному працівнику, в який заносить приклади поведінки за кожною рубрикою. Надалі цей журнал використовується при оцінюванні ділових якостей працівника.

Метод шкали спостереження за поведінкою. Фахівець фіксує на шкалі кількість випадків, коли співробітник вів себе тим чи іншим специфічним чином раніше.

Метод анкет та порівняльних анкет. Він включає набір питань або описів поведінки працівника. Фахівець ставить відмітку напроти опису тієї чи іншої риси характеру, яка, на його думку, присутня працівнику, в протилежному випадку залишає чисте місце. Сума відміток дає загальний рейтинг анкети даного працівника.

Метод «360 градусів оцінки». Співробітник оцінюється своїм керівником, своїми колегами та своїми підлеглими. Конкретні форми оцінювання можуть варіюватися, але всі, кого оцінюють, заповнюють однакові бланки, та обробка результатів проводиться за допомогою комп'ютерів, для того щоб забезпечити анонімність.

Метод незалежних суддів. Незалежні члени комісії – 7 осіб – задають працівнику різноманітні питання. Процедура нагадує перехресний допит за різними галузями діяльності працівника. Перед суддею розташовано комп'ютер, на якому фахівець натискає клавішу «+» у випадку правильної відповіді та клавішу «-» у разі неправильно. По завершенню процедури програма видає висновок. Можлива й ручна обробка відповідей працівника, тоді правильність відповідей заноситься до бланку.

Тестування. Для оцінювання працівника використовують різні тести. За своїм змістом їх поділяють на три групи:

- кваліфікаційні, які дозволяють визначити ступінь кваліфікації працівника;
- психологічні, які дають можливість оцінювати особистісні якості працівника;
- фізіологічні, які виявляють фізіологічні особливості людини.

Позитивні сторони тестової оцінки в тому, що вона дозволяє отримати кількісну характеристику за багатьма критеріями оцінювання. Але оцінюючи потенційні можливості працівника, тести не враховують, як ці можливості проявляються на практиці.

Метод комітетів. Оцінювання проводиться групою експертів та націлена на з'ясування здібностей кандидата, які надають йому право претендувати на інші посади, зокрема на підвищення.

Метод ділових ігор. Оцінювання персоналу здійснюється в межах спеціально розроблених імітаційних та розвиваючих ділових ігор. До оцінювання притягуються як самі учасники ділових ігор, так і експерти-спостерігачі. Атестаційні ділові ігри проводять на результат, який дозволяє оцінити готовність персоналу до вирішення майбутніх та існуючих задач, а також індивідуальний вклад кожного учасника гри.

Якість сервісу обслуговування можливо покращити тільки в межах єдиної системи управління сервісом на підприємстві – системи сервіс-менеджменту. Програма Mystery Shopping є лише частиною цієї системи.

Щоб покращити якість обслуговування, необхідно створити центр відповідності системи сервіс-менеджменту, який координує роботу (див. рис. 6.1).

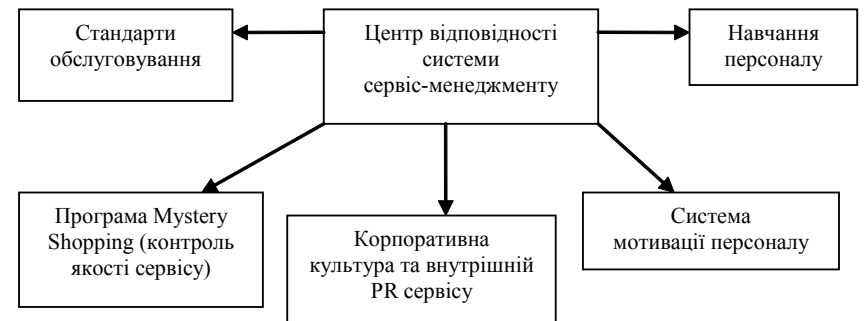


Рис. 6.1 – Система сервіс-менеджменту

Кожний напрямок сервісного бізнесу повинен мати свою базу критеріїв якісного обслуговування. Для підприємств загального харчування це швидкість обслуговування, чистота та якість страв. Головна вимога при вдосконаленні якості обслуговування – це створення єдиних стандартів, які виключають двояке тлумачення.

Стандарти обслуговування є фундаментом, на якому будується система навчання персоналу та програма Mystery Shopping. Зміст стандартів вкладається в основу програми навчання. Інструменти контролю якості сервісу розробляються на основі анкети таємного

покупця. Вона містить перелік загальних стандартів сервісу, виконання або не виконання яких він повинен зафіксувати.

Навіть самий досвідчений персонал та здійсненні стандарти сервісу не гарантують якісного обслуговування клієнтів без програми та зворотного зв'язку. Контроль, як одна з основних функцій менеджменту, повинен бути об'єктивним та системним.

Обирати форму навчання слід адекватно змісту. Так, навчальному центру підприємства можна запропонувати використовувати:

1. Для вивчення стандартів – тренінги з стандартів обслуговування для новачків, майстер-класи з використанням відеоматеріалів для досвідчених працівників, індивідуальне наставництво для відстаючих співробітників.

2. Для вивчення технічної інформації про послуги та товари – лекції за загальними групами товарів з використанням меню, регулярні доклади адміністраторів та директора для презентації оновлень, залучення навчальних ресурсів постачальників.

Система навчання повинна передбачати оцінку результатів вивченого. Це можуть бути рольові ігри, практичні завдання, письмове тестування. Система навчання тісно пов'язана з програмою контролю – головна оцінка знань та навичок персоналу відбувається саме в ході контролю працівника на робочому місці, в реальній ситуації.

Навчання персоналу проходить в декілька етапів:

1. Одноразове для всіх співробітників на етапі залучення.
2. Повторно для співробітників в рамках підвищення кваліфікації або роботи з відстаючими співробітниками.
3. В рамках програми адаптації для нових співробітників.

Не всі підприємства харчування в ході удосконалення якості обслуговування включають систему комплексної мотивації до плану дій. Однак, ця система в забезпеченні високого та стійкого результату з сервісу достатньо висока. Коли розроблені стандарти обслуговування, навчений персонал та проводиться регулярний контроль, саме система мотивації стає двигуном змін та цементує результат.

Доцільніше паралельно використовувати матеріальну та нематеріальну складові системи мотивації. В ході розробки матеріальної частини системи мотивації слід чітко збалансувати всі складові ви-

нагороди у відповідності з цілями підприємства. Компонент «якість обслуговування» повинен визначати 20 – 40% змінної частини винагородження співробітника, нарівні з його фінансовими результатами (індивідуальними продажами), виконання стандартів внутрішніх бізнес-процесів підприємства. Формула розрахунку заробітної платні повинна бути прозорою та відомою співробітнику, або велика частка мотивуючого ефекту буде упущена. Тому система нарахування винагород повинна будуватися на результатах контролю, які відомі та відкриті для персоналу.

Щодо корпоративної культури та внутрішнього PR-сервісу, важливо, щоб кожен співробітник, який відповідає за обслуговування клієнтів, від «переднього краю» до топ-менеджменту, вірив в значимість сервісу як стратегічного пріоритету підприємства. Цей напрямок розвивається разом з ростом підприємства. Пробні кроки на початку, в галузі «розкручування» якісного сервісу – презентації, збори, роз'яснення персоналу значимості сервісу. Потім більш систематичні комунікації з персоналом з приводу якості обслуговування, формалізація каналів комунікацій – корпоративна література, листи співробітникам, внутрішній сайт, тематичні збори та конференції, система заохочень та номінацій за успіхи в сервісі та інше. В результаті, з часом, народжується особливий корпоративний дух, де кожен співробітник вірить в необхідність якісного сервісу та ставить пріоритетом своєї праці відмінне обслуговування кожного клієнта.

Корпоративна культура якісного обслуговування на підприємстві – це вінець системи сервіс-менеджменту. На підприємстві, де вдалося створити сервіс-орієнтоване середовище, персонал навіть в підсобному приміщенні, вдалині від корпоративних лозунгів та очей керівництва, ніколи не буде обговорювати клієнта в безсторонніх виразах, а кожний новий співробітник стає прихильником якісного обслуговування максимально швидко.

Центр відповідності за впровадженням системи представлений керівником. Цей центр повинен працювати з претензіями та запереченнями працівників. Існує єдиний процес впровадження системи (див. рис. 6.2).

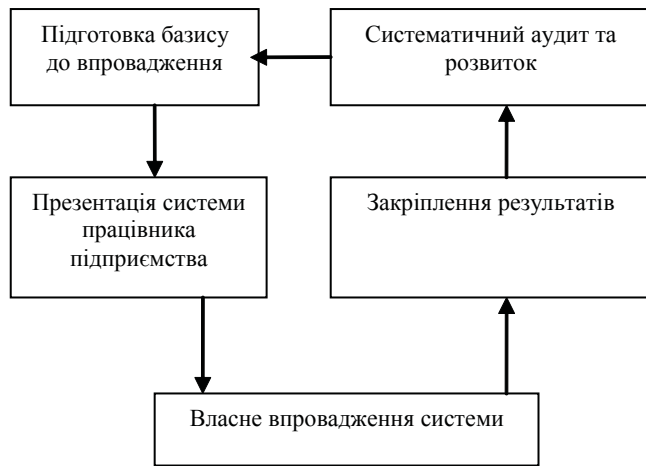


Рис. 6.2 – Етапи впровадження системи сервіс-менеджменту

П'ять етапів збудовані в хронологічному порядку. Кожен з них має свою вагому значимість в кінцевому результаті.

На першому етапі необхідно сконцентрувати увагу на наступних завданнях:

1. Визначення центру відповідальності за якість сервісу.
2. Розробка єдиних стандартів обслуговування клієнтів.
3. Розробка комплексної системи навчання персоналу стандартам обслуговування, технічним знанням, правилам роботи на підприємстві.
4. Підбір методів та розробка інструментів контролю якості сервісу, тобто фактично – контролю виконання стандартів обслуговування.
5. Створення системи матеріальної та не грошової мотивації персоналу, яка буде налічувати стимулювання за якісне обслуговування клієнтів.

Дуже важливим є залучення співробітників в процес розробки системи покращення сервісу. Участь персоналу в робочих групах, зборах дозволить зняти опір до змін, скоріше досягнути прийняття персоналом змін, тому що працівники розділять відповідальність за зміст програми.

На другому етапі відокремлюють наступні цілі презентації:

1. Пояснити мету покращення якості обслуговування на підприємстві. Якщо працівники не будуть розуміти суті змін, то є вірогідність, що вони не захочуть приймати участь в змінах, будуть опиратися новим підходам.
2. Донести до персоналу план впровадження стандартів обслуговування клієнтів, який включає навчання та оцінювання знань та навичок виконання стандартів.
3. Повідомити методику контролю виконання співробітниками стандартів на робочих місцях, повідомити мету та необхідність проведення програми Mystery Shopping. Цей інструмент дуже часто зустрічає насторожене відношення персоналу, сприймається як шпionаж на користь керівництва. До співробітників потрібно донести, що контроль необхідний як зворотний зв'язок для них же самих – про те, які їх сильні сторони в обслуговуванні клієнтів та які існують зони розвитку.
4. Детально роз'яснити нову систему мотивації. Система оплати праці завжди є точкою особливої уваги персоналу. Суттєві зміни підходу до виплат руйнують відчуття безпеки, створюють тривогу, страх, нестабільність. Тільки детальна презентація з прикладами може знизити описані негативні уявлення.

Іноді підприємства ігнорують цей етап та фактично уповільнюють процес змін. Вони стикаються з сильним опором front-line персоналу, пов'язаним з нерозумінням мети змін, страхом змін. Небажанням виконувати нові обов'язки. Такий опір може привести до зростання текучості персоналу за рахунок досвідних працівників. Крім того, такі заходи мають мотивуюче значення для персоналу: працівники розуміють цілі та шляхи їх досягнення, бачать свій внесок в розвиток, відчувають свою значимість, та приймають процес змін та охоче виконують нові обов'язки. Такі прозорі принципи управління підприємством позитивно впливають на корпоративну культуру.

Третій етап впровадження системи найбільш тривалий. Він включає впровадження всіх нових бізнес-процесів підприємства, потребує уваги та значних зусиль центра відповідальності. Хронологічно описати дії можна наступним чином:

1. Впровадження стандартів обслуговування клієнтів. Впровадження включає навчання та оцінку результатів вивченого. Навчання може проводитися за різними формами: самостійне навчання (за методичним посібником), перегляд відеоматеріалів, навчання у вигляді тренінгу або семінару, індивідуальне наставництво та ін. В залежності від форми навчання визначається тривалість програми навчання та форма оцінки вивченого.
2. Навчання співробітників технічним знанням о продукті та послугах, які надаються. Навчання може проводитися за рахунок внутрішніх та зовнішніх ресурсів. Під внутрішніми розуміють проведення семінарів, тренінгів керівництвом. Зовнішній ресурс навчання – це запрошення спеціалістів, викладачів з ВНЗ, центрів підготовки фахівців.
3. Запуск програми контролю. Дуже важливо повідомляти співробітників про отримані результати – наприклад, як вести бесіду з співробітником, який незадовільно обслужив клієнта.
4. Проведення тестування системи мотивації та пілотна програма мотивації. До неї входить нарахування заробітної платні за результатами першого періоду, вручення перших номінацій, а також внесення змін та доповнення в існуючу систему за результатами пілотного проекту.

Головна мета четвертого етапу – зберегти отриманий результат з обслуговування та збудувати сервіс-орієнтоване середовище на підприємстві. Досягнути цього можливо лише за умови успішного проходження всіх попередніх етапів, регулярного та чіткого виконання всіх процесів – навчання персоналу, оцінка та контроль, мотивація. Серед ризиків цього етапу – неефективна робота центру відповідальності, передчасне запаморочення від успіхів.

Змістом п'ятого етапу є регулярний аудит існуючих стандартів, системи навчання та мотивації. Протягом всього періоду необхідно накопичувати пропозиції щодо покращення кожного компонента сервіс-менеджменту, щоб наприкінці періоду оцінити необхідність

змін та покращення системи, та внести необхідні корективи. Також важливо не збавляти темп покращення/утримання якості сервісу та не залишатися закритим для змін.

Оновлення та розвиток системи сервіс-менеджменту закладає основу для стабільного приросту за якістю обслуговування та утримання високих результатів.

Перед тим, як замислюватися, «як покращити сервіс», необхідно визначитися: навіщо це потрібно, навіщо покращувати якість обслуговування клієнтів. Адже сервіс – не єдина можлива конкурентна перевага. Можливо, існують унікальні джерела низьких витрат, низьких цін, власне виробництво? Клієнти завжди звернуть увагу на якісне обслуговування, тому потрібно покращувати його зараз.

Питання до розділу 6:

1. Оцінка персоналу власними силами.
2. Методи проведення атестації персоналу.
3. Програма Mystery Shopping.
4. Навчання персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – С. 705 – 717.
2. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
3. Аветисова А.О., Сорока С.В. Підприємство харчування в системі туризму: Монографія. – Донецьк: Донецьк. держ. університет економіки та торгівлі, 2002. – 165 с.
4. Барановский В.А. Официант-бармен: Учебное пособие для учащихся ПТУ. – Ростов-на-Дону: Издательство Феникс, 2002. – 422 с.
5. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес. – М.: Наука, 2002. – 158 с.
6. Белошавка М.И. Технология ресторанного обслуживания. – М., 2003. – 357 с.
7. Браун Г. Хернер К. Настольная книга официанта: Справочник / пер. с англ. – Ростов-на-Дону: Издательство Феникс, 2003. – 320 с.
8. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М., СПб.: ИД «Герда», 2002. – 320 с.
9. Волкова И.В., Миропольский Я.И., Мумрикова Г.М. Ресторанный бизнес в России: с чего начать и как преуспеть. – М.: Издательство Флинта, 2002. – 184 с.
10. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 352 с.
11. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов. Ростов-на-Дону, 2003. – 137 с.
12. Полонець В.А. Чи варто використовувати PEST та SWOT-аналізи у стратегічному маркетингу? // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 4. – С. 47 – 50.
13. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
14. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей / Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. – 368 с.
15. Донецьке обласне управління статистики. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <statisticdoneck.com> [Посилання дійсне на 15.03. 2010 р.]
16. Железнев В.П. Празднуем День рождения. – Ростов на Дону: Издательство Феникс, 2001. – 476 с.
17. Зархин М. Франчайзинг – произведение интеллектуального искусства // Ресторатор. – 2005. – № 3. – С. 18 – 22.
18. Заднепровская Е.Л. Об особенностях конкуренции предприятий ресторанного бизнеса // Сб. докладов VII-й Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса». – М.: МГУЛ, 2006. – 78 с.
19. Заднепровская Е.Л. Конкурентоспособность предприятия ресторанного бизнеса как свидетельство его жизнестойкости // Сб. тезисов докладов VII-й Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса». – М.: МГУЛ, 2006. – 150 с.
20. Заднепровская Е.Л. Украинские ресторанные сети // Сб. тезисов докладов VII-й Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса». – М.: МГУЛ, 2006. – 280 с.
21. Ивченко Л.А., Симакова О.А. Использование методов оптимизации на предприятиях питания в туризме // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. Сер. «Економіка, організація і управління підприємствами». – 2006. – № 10. – С. 72 – 81.
22. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
23. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
24. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 309 с.
25. Малышкина Е.А. К вопросу о конкурентных преимуществах в сфере ресторанного бизнеса // Сборник научных трудов кафедры мировой и национальной экономики. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. – Вып. 3. – С. 15.
26. Малышкина Е.А. Развитие российского рынка ресторанного бизнеса в современных условиях // Проблемы обеспечения устойчивости развития региональных социально-экономических систем: Мат-лы Всерос. науч.-прак. конф. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. – 308 с.
27. Малышкина Е.А. Становление и развитие империи McDonald's // Социально-экономические явления и процессы. – 2008. – № 4. – С. 47 – 59.

28. Малышкина Е.А. Ресторанный бизнес в условиях финансового кризиса // Проблемы повышения конкурентоспособности предпринимательских структур: Мат-лы Всерос. науч.-прак. конф. – Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2009. – 276 с.
29. Малышкина Е.А. Роль ресторанного бизнеса в развитии индустрии туризма // Эффективные механизмы инновационно-технологического развития современного общества: Мат-лы III Всерос. науч.-прак. конф. – Сочи, 2009. – 176 с.
30. Малышкина Е.А. Современные тенденции взаимодействия ресторанов с поставщиками // Сборник научных трудов кафедры менеджмента и маркетинга. – Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2009. – Вып. 3. – С. 24 – 25.
31. Малышкина Е.А. Гастрономический туризм, как один из видов развития ресторанного рынка России // Системный кризис мирового глобального хозяйства: национальная модель преодоления: Мат-лы Всерос. конф. – Тамбов: Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2009. – 145 с.
32. Матушевская Е.Г., Заднепровская Е.Л. Роль сервиса в обеспечении конкурентоспособности ресторана // Сервис plus. – 2007. – № 3. – 105 с.
33. Нивен П.Р. Сбалансированная система показателей: Шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2004. – 328 с.
34. Никуленкова Т.Т., Лавриненко Ю.И., Ястина Г.М. Проектирование предприятий общественного питания. – М.: Издательство Колос, 2002. – 422 с.
35. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підр. для вузів / за ред. проф. О.В. Пятницької. – К.: Київський нац.торг.-економ. ун-т, 2005. – 632 с.
36. Обслуживание на предприятиях питания: Учебное пособие для колледжей и профессионально-технических училищ / Автор-составитель Л.А. Радченко. – Ростов-на-Дону: Издательство Феникс, 2001. – 384 с.
37. Организация туризма: Уч. пособие / Под общ. ред. А.Д. Журовича. – Минск: Новое знание, 2005. – 237 с.
38. Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошкега и др. – М.: Советский спорт, 2003. – 200 с.
39. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 271 с.
40. Офіційний сайт ресторану «Біллі-Бонс». – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <www.billybonce.com.ua> [Посилання дійсне на 21.03. 2010 р.]
41. Сорока С.В. До питання сегментування ринку в туристичній галузі // Матеріали 5-ї міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг: теорія і практика». – К.: КНЕУ, 2001 – С. 157 – 158.
42. Сорока С.В. О состоянии сертификации гостиничных услуг и услуг питания Украины // Материалы Международной научно-практической конференции «Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг». – Орел: Орел ГТУ, 2001. – С. 50 – 51.
43. Сорока С.В. Розвиток підприємств харчування в системі туристичних та рекреаційно-оздоровчих комплексів: автор дис. канд. екон. наук: 08.07.05 / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2002. – 18 с.
44. Пикалев А.В. Маевская А.П. Как увеличить доход ресторана, бара, кафе. – М.: Сов. спорт, 2003. – 168 с.
45. Предприятия общественного питания: правила и нормативы. – М.: Издательство ПРИОР, 2002. – 224 с.
46. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. – Минск: Университетское, 1985. – 251 с.
47. П'ятницька Н.А. Організація обслуговування в підприємствах громадського харчування. – К., 1989. – 345 с.
48. Розвиток туристичного бізнесу у регіоні: Навч. посібник / За ред. Школи І.М. – Чернівці: Книги-XXI, 2007. – 292 с.
49. Ресторана справа. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<http://restoran.lviv.ua>> [Посилання дійсне на 15.03.2010 р.]
50. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / За загал. ред. В.К. Федорченка. – К.: Слово, 2006. – 372 с.
51. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
52. Усов В.В. Организация обслуживания в ресторанах. – М.: Лебедь, 1990. – 367 с.
53. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. – М.: Издательство ЮНИТИ, 2002. – 463 с.

54. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Уч. пособие. – М.: Советский спорт, 2005. – 360 с.
55. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2002. – 320 с.
56. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КНОРУС, 2005. – 320 с.
57. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др. / под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2005. – 567 с.
58. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. – М.: РДЛ, 2004. – 376 с.