**Разработка организации сервисных услуг в ресторане Стейк-хаус на 60 посадочных**

**2011**

Введение

Современное развитие ресторанного бизнеса в нашей стране можно назвать возрождением традиций дореволюционной России. К сожалению, за прошедшие десятилетия многие знания и умения обслуживающей деятельности утрачены безвозвратно. Во всех передовых странах все эти годы шел естественный процесс создания и внедрения новых технологий производства продукции и повышения культуры обслуживания в сфере сервиса. В нашей же стране государственную сферу общественного питания представляли безликие столовые, рестораны и кафе с «ненавязчивым» советским сервисом.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Поэтому, в настоящее время так актуальны вопросы развития сервиса на предприятиях общественного питания. Рост спроса и предложения на рынке ресторанных услуг, возникновение и развитие новых ресторанных концепций и форм обслуживания, диктует необходимость гибкого изменения структуры ресторана, совершенствования принципов работы персонала.

Актуальность данной работы заключается в том, что планируемое предприятие будет специализироваться на предоставлении сервиса высокого уровня. Ассортимент блюд отвечает требованиям к здоровой пище, составлен с учетом особенностей региона и подходит людям различных вероисповеданий. Кроме того, намечены пути сотрудничества с поставщиками с целью снижения себестоимости продукции с сохранением ее высокого качества. Подобранное для ресторана оборудование высокотехнологично и гигиенично, а так же с установлением гидрофильтра существенно снижается воздействие на окружающую среду.

Целью работы «Организация сервиса питания в ресторане «Стейк-хаус» на 60 посадочных мест» является организация предприятия общественного питания, отвечающего всем современным требованиям. Для этого необходимо провести анализ предполагаемых конкурентов и рынков сбыта и разработать модель ресторана, способного в кратчайшие сроки получить высокий доход.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

Главная задача - организация конкурентноспособного предприятия, обеспечивающего высокий сервис и хорошую прибыль. С целью ее решения проведен анализа основных показателей деятельности предприятия общественного питания и предложены пути ее совершенствования.

Объектом исследования является ресторан «Стейк-хаус» на 60 посадочных мест, разработка путей совершенствования управления сервисной деятельность предприятия, способы создания материально-технической базы.

Основной задачей является организация высокого уровня сервиса в ресторане «Стейк-хаус» и качества приготовляемых блюд. В первой главе работы представлен обзор ресторана «Стейк-хаус», дается понятии того, в чем отличия концепции стейк-хаусов от других типов заведений, представлены маркетинговые исследования, а так же организационно-экономическая характеристика ресторана «Стейк-хаус».

Во второй главе дана организационно-экономическая характеристика ресторана «Стейк-хаус», составлена производственная программа, описано технологическое оборудование, сырье и процесс.

В третьей главе работы разработаны методы и способы организации сервисных услуг на предприятии питания «Стейк-хаус» на 60 посадочных мест, дано экономическое обоснование предприятия и пути организации управленческой деятельности.

Наряду с практически полным отсутствием именно сервиса на предприятиях питания в советский период, нельзя не отметить положительные моменты, которые необходимо сохранить в создаваемом предприятии - а именно высокую дисциплину в области санитарии, гигиены и охраны труда, заботе об окружающей среде. Организация этих направлений в работе ресторана «Стейк-хаус» отражены в четвертой и пятой главах.

Работа имеет 86 страниц, 19 приложений. При ее подготовке использован 31 литературный источник.

1.

**Фитнес на дому**



<http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml>

Обзор ресторана «Стейк-хаус» и маркетинговые исследования рынка сервисных услуг

1.1 Анализ концепции стейк-хаусов в России и за рубежом

Спрос на услуги населению в области сервиса предприятий питания неуклонно растет. По данным Росстата, на конец 2009 года оборот общественного питания (розничная торговля) по Ставропольскому краю составил 13432,2 миллиона рублей. [15] Динамика представлена в графике.



По доле оборота общественного питания на одного человека по итогам 2009 года (доля оборота в общественном питании/количество населения) среди субъектов ЮФО-СКФО Ставропольский край находится на третьем месте - 4961 рубль/чел. На первом республика Дагестан - 9537 рублей/чел, на втором Краснодарский край - 5978 рублей/чел. На четвертом и пятом местах находятся Ростовская и Астраханская области - 4251 и 3485 рублей/чел соответственно. Цифры показывают, что даже в период финансового кризиса, услуги сервиса предприятий питания остаются востребованными. Оборот общественного питания за 2009 год по г. Ставрополю составил 6001.2 миллиона рублей, что составило 98.1% по отношению к показателям 2008 г.

Бизнес, связанный с организацией общественного питания, составляет важную часть индустрии гостеприимства. Перспективы этого бизнеса зависят, прежде всего, от экономической ситуации в стране и определяются национальными особенностями быта населения. В нашей стране птице, рыбе и морепродуктам всегда предпочитали мясо. Традиционно сложившееся предпочтение этого продукта не зависит от сезона, модных веяний, социального статуса, пола и возраста. Среди обширного разнообразия мясных блюд, центральное место занимает стейк.

Классический стейк готовится из высококачественного мяса - говядины. По данным Е. Н. Васильева с соавторами (Институт питания АН СССР), в говядине содержится 344 миллиграмм-процента калия, кальция - 17, магния - 23, фосфора - 211, железа - 2,9; в свинине - соответственно 273, 11, 21, 218 и 2,2; в баранине - 267, 13, 22, 214 и 2,9 миллиграмм-процента. [5] Как видно из приведенных цифр, говядина опережает по количеству микроэлементов свинину и баранину. Кроме того, учитывая такую особенность нашего города, как большое количество жителей исповедующих религии, запрещающие употребление в пищу свинины, актуальность такого меню только возрастает.

Анализ формирования и развития стейк-хаусов в нашей стране сделан при помощи обзора периодических специализированных печатных и интернет-изданий (журналы «Ресторанные ведомости», «Империя вкуса», «Гостиница и ресторан: бизнес и управление», «Гостиница и ресторан: дизайн и интерьер», инернет-вестник ПИР для индустрии питания).

За рубежом в сегменте стейк-xаусов представлено множество концепций, начиная от сетевых закусочных и “семейных” ресторанчиков и заканчивая эксклюзивными клубами. Посещаемость этих заведений вполне стабильна и предсказуема. Во всем мире к стейк-хаусам принято относить заведения, акцентирующие внимание на мясныx блюдах-гриль и проводящие демократичную ценовую политику. Не случайно с каждым годом в России появляется все больше гурманов, готовых с завидной регулярностью заказывать в ресторанах этот достаточно дорогой продукт. А потому концепция стейк-хауса, столь востребованная во всем мире, стала не менее актуальной и для нас.

Проведенный анализ показал, что в России культура потребления стейков только начинает формироваться. Мясные блюда-гриль предлагают множество самых разнообразных заведений, от фаст-фуда до ресторанов кавказской кухни, однако, к классическим стейкам это не имеет отношения. Для Кавказского региона, к которому относится и Ставрополь, блюда на мангале являются традиционными, однако классические стейки в меню предприятий питания практически отсутствуют. О других регионах нашей страны и говорить не приходится - здесь их дефицит налицо. Малое количество стейк-хаусов объясняется не ограниченным количеством российских любителей мяса или возросшим числом вегетарианцев. Дело в отсутствии в массовом сознании культуры потребления мяса. Для одной категории посетителей стейки до сих пор выступают в роли экзотики, другие, наоборот, убеждены, что этим словом можно назвать любой кусок мяса, жареный хоть на открытом огне, хоть на обычной сковородке. Положение с развитием стейк-xаусов осложняется еще и тем, что зарубежная концепция на российской почве претерпела существенные изменения.

В своем интервью для журнала «Ресторанные ведомости», посвященном развитию стейк-хаусов в нашей стране, шеф-повар гостиницы “Ренессанс Москва” Эрик Терон говорит: «Стейк-хаусы в силу ряда причин заняли в России довольно высокую ценовую нишу, в то время как за рубежом они позиционируются как демократичные заведения для среднего класса». [5] В числе причин, сдерживающих темпы развития стейк-xаусов, можно назвать и территориальный фактор. Рестораторы уверены в том, что в спальных районах оправданно открытие только демократичных, так называемых заправочных ресторанов. Что же касается специализированных заведений, делающих ставку на работу с монопродуктами, к числу которыx относятся и стейк-xаусы, то для них удачным месторасположением традиционно считается центр города или оживленная магистраль.

Как показал анализ, не смотря на сложности, количество стейк-хаусов неуклонно растет. Новые заведения открываются постоянно. Так, 5 сентября этого года новый стейк-хаус открылся в Ростове-на-Дону.[3]

1.2 Маркетинговый анализ рынка предоставляемых услуг

При подготовке к открытию ресторана следует помнить об аксиоме ресторанного дела: успешный ресторан строится на принципе золотого треугольника в ресторанном бизнесе: название ресторана - кухня - интерьер. [19] Именно интерьер в концепции стейк-хаусов играет очень важную роль. Так как концепция ресторанов такого типа давно сложилась, рассмотрим, как оформляются стейк-хаусы в России и за рубежом.

Некоторые Российские стейк-хаусы оформлены в различных этнических стилях. Высокой популярностью у любителей качественных стейков пользуется сеть стейк-хаусов GООDMАN. Здесь царит атмосфера бизнес-клуба, где все очень солидно и спокойно: дерево и камень в отделке стен, кованые лампы на длинных шнурах, огромные кожаные диваны по периметру зала, мягкий свет, черно-белые фотографии. Интерьер ресторана показан на рисунках в приложении А [25] Многим москвичам известен стейк-хаус Lоuisiаnа на Пятницкой улице, чей интерьер в стиле кантри рассчитан на посетителей, желающих почувствовать себя ковбоем или техасским рейнджером. Стены и пол зала украшают вещицы, привезенные из всех уголков Америки, включая оленьи рога, ружья, черно-белые фотографии ковбоев, старинную посуду. Официанты обслуживают в ковбойских шляпах. В этом же стиле оформлены стейк-хаусы «Монтана» в г. Санкт-Петербурге. Пример сервировки столов в стейк-хаусе Монтана показан на рисунке в приложении Б. [3]

Интерьеры американских стейк-хаусов, как правило, не стилизованы под ковбойские ранчо, а, наоборот, отличаются простотой и лаконизмом. Обычно это деревянная отделка стен, кованые лампы и кожаные диваны. Здесь всегда царит непринужденная обстановка, поскольку посещение стейк-хауса - это не только получение незабываемого удовольствия от мастерски приготовленного мяса, но и поход за атмосферой, в которой люди разного возраста и социального положения чувствуют себя комфортно. К тому же официанты, как правило, мужчины зрелого возраста (преимущественно от 30 до 50 лет), работающие в подобном заведении много лет подряд, всегда готовы поддержать беседу и непринужденно ведут себя с гостями, со многими из которых прекрасно знакомы. Гости настраиваются на более доверительный лад, будучи уверенными в том, что такие сотрудники прекрасно осведомлены обо всеx тонкостях приготовления мяса.[5]

Для правильного формирования концепции нового ресторана «Стейк-хаус» мы провели анализ предприятий города, которые в своем меню имеют классические стейки. В нашем городе имеется четыре таких заведения. Это «Эмпаер» стейк-хаус (пр. Кулакова 8Б) [24], стейк-хаус TеrrаСоttа (ул. Доваторцев 67а) [23], кафе «Глория» (ул. 50 лет ВЛКСМ 8) [22] и стейк-клуб «Вино и Мясо» (ул. 50 лет ВЛКСМ 20/1). Из четырех заведений три расположены не далеко друг от друга в Юго-Западном районе города, и одно («Эмпаер») в деловой части Северо-западного района города.

Результаты исследования обобщены в таблице факторов конкурентоспособности. (Таблица 1.1)

Таким образом, видим, что в городе имеется четыре заведения, которые могут составить конкуренцию «Стейк-хаусу» по профилю производимой продукции. Из них два являются традиционными стейк-хаусами, с предоставлением полного положенного по профилю ассортимента. Это Эмпаер и TеrrаСоttа. Они находятся в разных частях города (северо-западный и юго-западный район соответственно), далеко от предполагаемого места расположения «Стейк-хауса». Два других заведения находятся близко друг от друга, в юго-западном районе города, и не входят в торговый район «Стейк-хауса». Кроме того, кафе «Глория» не позиционирует себя как стейк-хаус и стейки предлагает как один из видов предлагаемой продукции, обеспечивая высокое качество продукта на уровне двух перечисленных выше стейк-хаусов. Стейк-клуб «Вино и Мясо» в традиционном смысле слова ни по технологическому процессу приготовления, ни по сырью стейк-хаусом не является, а, следовательно, именно для того, чтобы насладится стейком, любители этого вида продукта выберут другое заведение.

Как видно из обзора предполагаемых конкурентов, оптимальным местом расположения является центральная часть города. Так как стейк-хаус это монопродуктовое заведение, с определенной спецификой, базирующееся, в основном, на постоянных посетителях, с достаточно высокими ценами, то и анализ торгового района и предполагаемой клиентуры провести достаточно сложно.

Воспользуемся SWОT-анализом, чтобы спланировать и организовать работу по сканированию окружающей обстановки. Согласно этому методу анализ распространяется на четыре ключевые области, определяющие и воздействующие на ресторан: достоинства (Strеnght), недостатки (Wеаknеss), благоприятные возможности (Орроrtunitiеs) и угрозы (Trеаts). [7]

Сначала выделим в заведениях их достоинства и запишем в строку «Сильные стороны». Они определяются обычно репутацией, местоположением, персоналом, обстановкой, долей на рынке и т.д.

В строке «Слабые стороны» запишем недостатки. Если у ресторана удобная парковка - это большое достоинство, если ее нет, то это большой недостаток, который для многих клиентов может сыграть решающую роль в принятии решения о посещении заведения. В ходе анализа планируемого заведения мы исходили из того, что какие-то процессы будут идти не слишком хорошо. Понимание имеющихся трудностей является первым шагом на пути к их решению.

В строку «Благоприятные возможности» запишем все то, что может оказать благоприятное влияние на развитие и процветание конкретно нашего стейк-хауса. При рассмотрении благоприятных возможностей необходимо обращать внимание на то, сможем ли именно мы воспользоваться ими в нашей работе. Например, имеется спрос на сервировку стейков на вулканическом камне на каждом столике, но мы не можем позволить себе приобрести необходимые комплекты сервировки, так как это стоит значительных денег. Или пользуется спросом услуга кейтеринга, но оборудование устроено так, что на выезде приготовить стейк не представляется возможным. В таком случае на подобные благоприятные возможности лучше не обращать внимание.

Любые факторы, которые могут оказать неблагоприятное влияние на ресторанную отрасль запишем в строку «Угрозы». Анализ окружающей обстановки обычно заранее их выявляет. Реагируя на эту ситуацию можно улучшить дизайн, перекроить меню, изменить цены.ОT-анализ это учет изменений, произошедших в окружающей обстановке в прошлом и происходящих в настоящий момент, оценка причин, выявление важных факторов, которые могут повлиять на изменения, и предсказание того, как поменяются условия бизнеса.

Применим методы SWОT-анализа к имеющимся стейк-хаусам в Таблице 1.2. Итак, из таблицы видно, что главным конкурентным преимуществом этого проекта является открытие ресторана в центральной части города, который будет предоставлять продукцию высокого качества по более низким ценам, с предоставлением дополнительного спектра услуг, индивидуального подхода к потребностям каждого клиента, удобным местом расположения.

Особенное внимание следует также обратить на интерьер, и выполнить его в традиционном для стейк-хаусов стиле. А так же учесть все другие особенности стейк-хаусов при составлении меню и подборе персонала ресторана.

Определим количество возможных посетителей, для этого рассчитаем емкость рынка. Под «рынком» будем понимать г. Ставрополь. По данным

Росстата [15] на территории города проживает 259 582 человек в возрасте от 19 до 65 лет. Это потенциальные посетители нашего ресторана.

Для расчета емкости рынка воспользуемся следующей формулой:

, (1.1)

где С - спрос на данный вид услуги;- число потенциальных потребителей в каждой потребительской группе по видам обслуживания;

а - количество рабочих дней ресторана в месяц;- время работы ресторана в день ,

р - вероятность совершить заказ данной услуги.

Режим работы ресторана с 8.00 утра до 24.00 ночи, т.е. 16 часов в сутки. Вероятность совершения заказа определим равной 0,5.

Отсюда, С=(259582\*0,5)/(15,5\*30)=129 791/465=279,1≈279. То есть ресторан «Стейк-хаус» с вероятностью 50% готовы посетить 279 человек.

Для ресторана на 60 посадочных мест это хороший показатель.

.3 Организационная характеристика ресторана «Стейк-хаус»

Сфера услуг во всем мире сейчас претерпевает существенные изменения, традиционные формы и методы ведения дел все более устаревают. Предпринимательская инициатива чаще всего зарождается и проще всего реализуется в сфере сервиса: для создания малого сервисного предприятия требуется относительно небольшие капитал и штат сотрудников. Создание собственного дела - форма выражение экономической свободы и мотивации людей. В России создание собственного предприятия осуществляется в соответствии с действующим гражданским законодательством, федеральными законами об отдельных организационно-правовых формах участников предпринимательской деятельности и нормативными актами, регулирующими процессы создания и функционирования предпринимательских организаций.

Для открытия любого предприятия общественного питания необходимо его надлежащим образом зарегистрировать. Наиболее распространенными в общественном питании являются две формы предприятий: общество с ограниченной ответственностью (ООО) и индивидуальный предприниматель (ИП). [18] Для ресторана «Стейк-хаус» выбрана форма собственности - общество с ограниченной ответственностью.

В соответствии с ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий» определен тип «Стек-хауса» - ресторан, и в дальнейшем все планирование велось в соответствии выбранному типу. Ресторан «Стейк-хаус» создается с целью качественного обслуживания посетителей, с максимальным вниманием к ним и предложением наиболее качественных изделий, ничем не отличающихся от продукции известных стейк-хаусов Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных городов России.

ООО «Стейк-хаус» необходимо зарегистрировать в соответствии с положениями, установленными ГК РФ и федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. №8-ФЗ. Для этого необходимо составить учредительный договор и устав предприятия.

В учредительном договоре определяется состав учредителей, размер уставного капитала, размер доли каждого и учредителей, ответственность учредителей, условия и порядок распределения между учредителями общества прибыли, состав органов общества и порядок выхода из общества.

Устав общества отражает требования федерального закона и содержит полное (сокращенного нет) фирменное наименование общества; сведения о месте нахождения, о порядке приема органами общества решений; сведения о размере уставного капитала общества (не менее 100 МРОТ, на данный момент 433000 рублей); сведения о размере и номинальной стоимости уставного капитала, принадлежащего каждому участнику. Статьей 33 ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» установлен высший орган ООО - общее собрание его участников. Основное направление деятельности предприятия - оказание услуг населению в сфере индустрии гостеприимства и на предприятиях общественного питания.

В соответствии с Уставом общее руководство деятельностью общества осуществляет директор, который назначен общим собранием Учредителей.

Хозяйственные связи общества с ограниченной ответственность «Стейк-хаус» приведены на рисунке 1.1.

Деятельность ООО осуществляется в соответствии с Гражданским кодексом РФ, «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. №8-ФЗ, ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14 июня 1995 г. (в редакции от 31 июля 1998 г.), нормами финансового и налогового, трудового, земельного, уголовного и других отраслей законодательства.



Рисунок 1.1 - Хозяйственные связи ООО «Стейк-хаус»

Открытие любого предприятия общественного питания сопровождается сбором, получением и согласованием различных документов, которые должны быть на каждом предприятии общественного питания.

Для ресторана «Стейк-хаус» выбран интерьер классического стейк-хауса. При отделке стен помещения использована декоративная штукатурка, имитирующая старую, неровную поверхность, светлых, пастельных тонов. Цветовая гамма от светло-бежевого, песочного, до темно-коричневого шоколада. Все выбранные материалы имеют сертификаты противопожарной безопасности и соответствуют требованиям гигиены и экологии. Мебель и барная стойка изготовлены из массивного темного дерева. Традиционно для оформления стейк-хаусов используются диваны из ткани, имитирующей кожу. Пол выложен износостойкой напольной плиткой промышленного класса в тон дереву. В интерьере использованы кованые элементы, с их использованием, в том числе, выполнены лампы. В интерьере практически отсутствует текстиль.

Необходимо надлежащим образом оформить договор аренды помещения, в котором будет размещаться ресторан. Так же необходимо получить паспорт на вывеску объекта. После создания предприятия следует приобрести и поставить на учет контрольно-кассовую машину (фискальный регистратор), и заключить договор на ее обслуживание.

Государственное регулирование оборота алкогольной продукции осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 22.11.1995 N 171-ФЗ (далее - Закон N 171-ФЗ). Кроме того, Правила продажи отдельных видов товаров (в том числе алкогольной продукции) установлены Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 - гл. XIX (далее - Правила). Розничная продажа алкогольной продукции согласно п. 1 ст. 16, п. п. 1, 2 ст. 18 Закона N 171-ФЗ осуществляется только организациями при наличии соответствующей лицензии. Причем в силу п. 10 Правил, информация о лицензии (номер, срок ее действия, орган ее выдавший) должна быть размещена в удобных для ознакомления покупателя местах. Для получения лицензии на реализацию алкоголя ресторан «Стейк-хаус» обязан представить в лицензируемый орган пакет документов. В период действия лицензии предприятие должно соблюдать правила продажи, установленные для данного вида товара. Для ресторана «Стейк-хаус» необходима лицензия на розничную продажу алкогольной продукции для потребления на месте покупки. Срок действия лицензии - 5 лет. Перечень документов, предоставляемых для получения лицензии приведен в Приложении В. В силу п. 2 ст. 16 Закона N 171-ФЗ, п. п. 136, 139 Правил не допускается розничная продажа алкогольной продукции, на которую отсутствуют сопроводительные документы на основании требований ст. 10.2 Закона N 171-ФЗ, сертификаты соответствия или декларации о соответствии, маркировка согласно ст. 12 Закона N 171-ФЗ. К сопроводительным документам, подтверждающим легальность производства и оборота алкогольной продукции, согласно ст. 10.2 Закона N 171-ФЗ, относятся: товарно-транспортная накладная; справка, прилагаемая к грузовой таможенной декларации (для импортной продукции); справка, прилагаемая к товарно-транспортной накладной (для продукции, производимой на территории РФ). При полном или частичном отсутствии данных документов алкогольная продукция считается находящейся в незаконном обороте. За соответствием приходных документов следят администратор или бухгалтер ресторана «Стейк-хаус» при приеме товара от поставщиков.

Кроме того, вновь открывающемуся предприятию необходимо получить санитарно-эпидемиологическое заключение о соответствии правилам хозяйственной и иной деятельности, работ, услуг. В своем составе ресторан имеет помещения складские, производственные, бытовые и служебные. Объемно-планировочное решение ресторана предусматривает поточность технологических процессов приготовления блюд, сбора и мойки использованной посуды. Общая план-схема ресторана приведена в приложении Г. Необходимо утвердить программу производственного контроля, оформить личные медицинские книжки на работников с отметкой о результатах предварительных (при поступлении на работу) и периодических (2 раза в год) медицинских осмотров. Так же необходимо заключить договор со специализированной организацией о вывозе и утилизации твердых бытовых отходов.

2. Разработка организации сервисных услуг в ресторане «Стейк-хаус» на 60 посадочных мест

2.1 Обоснование производственной программы ресторана

В связи с тем, что в настоящее время существует огромное количество конкурентов в сфере обслуживания на предприятиях питания, пристально внимание следует обратить на месторасположение будущего ресторана. Необходимые условия: нужно, чтобы месторасположение было как можно более удобным для жителей и гостей города - будущих посетителей. Но в тоже время необходимо учитывать и месторасположения конкурентов, а также стоимость и наличие необходимых площадей в данном районе.

На основании приведенных во второй части первой главы исследований, выбрано место расположения нашего ресторана - центральная часть города. Выбор места расположения обусловлен обзором конкурентов по линии специфики продукта и рекомендациям других рестораторов (из анализа прессы и Интернет-изданий [3, 4, 5, 25]).

По нормам положенности (Нормы площадей приведены из СНиП 2.08-02-89. Общественные здания и сооружения) на одно посадочное место в ресторанах приходится 1,8 м. Для 60 посадочных мест это 108 м2. Предполагается взять в аренду помещение размером 250 кв.м. с залом для посетителей - 100 м2. Договор предполагает дизайн и реконструкцию зала для посетителей.

Ресторан «Стейк-хаус» - специализированное предприятие общественного питания. Данное заведение работает на мясных полуфабрикатах, овощи в сырье. Тепловая обработка продуктов, приготовление холодных, первых, вторых блюд осуществляется на месте. Ассортимент продукции предприятия ориентирован на широкого потребителя.

На фасаде здания необходимо разместить вывеску с названием предприятия, отражающую общую концепцию заведения. Как уже говорилось выше на вывеску необходимо получить необходимые документы.

Для посетителей ресторана предложен удобный график работы. Предприятие открывается в 8 часов 30 минут и работает до 24 часов. Для обеспечения бесперебойной работы предприятия персонал выходит в две смены: 1 смена с 8 до 16 часов, и вторая с 16 до 24 часов. Табличка с графиком работы вывешивается у дверей ресторана, на хорошо обозримом месте.

Заведение рассчитано на обслуживание определенного числа потребителей и организуется на 60 посадочных мест.

Водоснабжение, энергоснабжение, санитарные коммуникации предоставляются городскими сетями. Снабжение сырьем, полуфабрикатами осуществляется различными поставщиками оптовых баз города Ставрополя, с которыми заключаются договоры и производится наличный или безналичный расчет. Часть продуктов закупается на рынках города. Исходные данные для проектирования ресторана представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Исходные данные для проектирования ресторана «Стейк-хаус»

|  |  |
| --- | --- |
| Тип предприятия | Ресторан |
| Режим работы | 8.30 до 24.00 |
| Форма обслуживания | Обслуживается официантами |
| Ассортимент реализуемой продукции | Стейки из говядины 6 Блюда-гриль 5 Гарниры 6 Супы 5 Салаты 9 Блюда для завтрака 4 Десерты 5 |
| Состав помещений | СНиП 1-Л.8-71 СанПиН 2.3.6.1079-01 |
| Технологическое оборудование | Электрическое |
| Дополнительная форма услуг | Возможность завтрака Детское меню |

Определим пропускную способность предприятия. [14] Количество потребителей может быть определенно на основе графика загрузки зала или оборачиваемости мест в течение дня. Количество потребителей, обслуживаемых за 1 ч работы предприятия определяется по формуле:

ч= Рφчχч /100, (2.1)

где Nч - количество потребителей, обслуживаемых за 1 ч;

Р - вместимость зала (количество мест);

φч - оборачиваемость места в зале в течение данного часа;

χч - загрузка зала в данный час.

Данные расчетов сведены в таблицу 2.2.

Таблица 2.2 - Загрузка зала для посетителей

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Часы работы | Оборачиваемость места за 1 час | Средний процент загрузки зала | Количество посетителей |
| 8.30 - 9.00 | 1 | 20 | 12 |
| 9.00 - 10.00 | 1 | 30 | 18 |
| 10.00 -11.00 | 1 | 30 | 18 |
| 11.00 - 12.00 | 1 | 40 | 24 |
| 12.00 - 13.00 | 1 | 60 | 36 |
| 13.00 - 14.00 | 1 | 70 | 42 |
| 14.00 - 15.00 | 1 | 70 | 42 |
| 15.00 - 16.00 | 1 | 40 | 24 |
| 17.00 - 18.00 | 1 | 30 | 18 |
| 18.00 - 19.00 | 1 | 30 | 18 |
| 19.00 - 20.00 | 1 | 90 | 54 |
| 20.00 - 21.00 | 0,3 | 90 | 16 |
| 21.00 -22.00 | 0,3 | 80 | 14 |
| 22.00 - 23.00 | 0,3 | 40 | 7 |
| 23.00 - 24.00 | 0,3 | 30 | 5 |
| Итого |  |  | 349 |

Из нее следует, что в сутки предприятие может посетить 349 человек. Оборачиваемость места составит: 319/60=5,8≈6. Что вполне соответствует показателям. [20]

Определим количество блюд, реализуемых предприятием.[20] Исходными данными для определения количества блюд является количество потребителей и коэффициент потребления блюд. Общее количество блюд определяется по формуле:

= N \* m, (2.2)

где n - количество блюд, реализуемых предприятием в течение дня;- количество посетителей в течение дня;- коэффициент потребления блюд (сумма коэффициентов потребления стейков, салатов, супов, блюд-гриль, горячих блюд, гарниров, завтраков и десертов).= m стейков + m салатов + m супов + m блюд-гриль + m горячих блюд + m гарниров + m завтраков + m десертов

Для ресторана коэффициент потребления составляет 3,5 [20]= 0,8+0,8+0,4+0,6+ 0,2 + 0,4 + 0,4 + 0,4

Таким образом, n=349\*3,5=1221. То есть ресторан реализует 1221 блюд. Далее произведем разбивку блюд по ассортименту. Результаты внесем в таблицу 2.3.

Таблица 2.3. Количество блюд для реализации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ассортимент | Процент от общего количества | Количество блюд |
| Стейки | 35 | 427 |
| Салаты | 25 | 305 |
| Супы | 10 | 122 |
| Блюда-гриль | 10 | 122 |
| Горячие блюда | 5 | 61 |
| Гарниры | 5 | 61 |
| Завтраки | 5 | 61 |
| Десерты | 5 | 61 |
| Всего |  | 1221 |

Определим общее количество покупной продукции для ресторана «Стейк-хаус». Для этого составим общий список реализации, основываясь на примерных нормах потребления одним посетителем.[20] Результаты запишем в таблицу 2.4.

Таблица 2.4 - Общее количество покупной продукции

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Единица измерения / процент потребления | Количество посетителей в день | Норма потребления блюд | Общее количество изделий |
| Холодные напитки: | л | 349 |  |  |
| Фруктовая вода |  | 349 | 0,5 | 175 |
| Ипатовский Грушевый | 30 |  |  | 52 |
| Страна LimоniА | 50 |  |  | 87 |
| Кока Кола | 20 |  |  | 35 |
| Минеральная вода |  | 349 | 0,4 | 140 |
| Нарзан | 50 |  |  | 70 |
| Бон Аква б/г | 50 |  |  | 70 |
| Натуральный сок |  | 349 | 0,2 | 70 |
| Ананасовый | 10 |  |  | 7 |
| Абрикосовый | 20 |  |  | 14 |
| Яблочный | 40 |  |  | 28 |
| Томатный | 30 |  |  | 21 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия: | кг | 349 |  |  |
| Ржаной |  | 349 | 0,3 | 105 |
| Пшеничный |  | 349 | 0,2 | 70 |
| Мучные и кондитерские изделия | шт | 349 | 0,25 | 87 |
| Пирожное Рыжик | 20 |  |  | 17 |
| Пирожное Фруктовая Корзина | 30 |  |  | 26 |
| Штрудель с яблоком | 15 |  |  | 13 |
| Чизкейк | 15 |  |  | 13 |
| Шарлотка | 20 |  |  | 17 |
| Конфеты, печенье, шоколад | кг | 349 | 0,007 | 2 |
| Вино-водочные изделия | л | 349 | 0,2 | 70 |
| Пиво | л | 349 | 0,025 | 9 |
| Фрукты | кг | 349 | 0,05 | 17 |
| Горячие напитки: | л | 349 | 0,1 | 35 |
| Кофе еспрессо | 30 |  |  | 10 |
| Кофе капуччино | 20 |  |  | 7 |
| Чай черный | 25 |  |  | 9 |
| Чай зеленый | 25 |  |  | 9 |
| Сигареты | шт | 349 | 0,1 | 35 |

Визитной карточкой любого ресторана является меню. Приведем расчетное меню ресторана «Стейк-хаус» для периода завтрака. Расчетное меню представляет собой перечень наименований блюд с указанием выхода готового блюда и количества блюд.

Положим время завтрака в период с 8.30 до 11 часов утра. Из таблицы 2.2. возьмем количество посетителей за этот период. Оно составит 48 человек. На основании источника [20] коэффициент потребления для ресторанов в утренне-дневное время - 3,0. Отсюда находим количество реализуемых блюд во время завтрака: 48\*3=144.

Составим расчетное меню, результаты запишем в таблицу 2.5.

Таблица 2.5 - Расчетное меню завтрака

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование блюд | Количество блюд данного вида | Процентная разливка | Коэффициент трудоемкости | Количество условных блюд |
| Омлет с ветчиной | 36 | 25 | 0,4 | 14 |
| Яичница | 36 | 25 | 0,4 | 14 |
| Овсянка с черносливом | 21 | 15 | 0,3 | 6 |
| Запеканка творожная | 15 | 10 | 0,4 | 6 |
| Салаты | 36 | 25 | 1,8 | 65 |
| В том числе: |  |  |  |  |
| Цезарь | 7 | 20 | 2,2 | 16 |
| Греческий | 7 | 20 | 1 | 7 |
| Капрезе | 4 | 10 | 1 | 4 |
| Утро | 4 | 10 | 2,2 | 8 |
| Пекинская капуста с языком | 4 | 10 | 1,2 | 4 |
| Креветки с рукколой | 4 | 10 | 1,5 | 5 |
| Телятина с овощами | 4 | 10 | 2 | 7 |
| Семга с апельсинами | 4 | 10 | 2 | 7 |
| Всего | 144 |  |  | 106 |

С помощью расчетного меню составляется список необходимых продуктов (меню-заказ), а также определяется необходимое число персонала.

2.2 Определение численности персонала ресторана «Стейк-хаус»

При создании ООО «Стейк-хаус» уставом предприятия предусмотрена его структура. Она отображена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 - Структура ООО «Стейк-хаус»

На основании выполненного расчетного меню произведем расчет персонала. Проведем его по нормам времени (за единицу готовой продукции) [20]. Численность производственных работников, непосредственно занятых в процессе производства, определяют по нормам времени в соответствии с формулой:

N=nt/3600Tλ (2.3)

где N - численность производственных работников, непосредственно занятых в процессе производства, человек;- количество изготавливаемых изделий, шт., кг, блюд;- норма времени на изготовление единицы изделия, с;=K·100, (2.4) где K - коэффициент трудоёмкости; 100 - норма времени (в с.), необходимого для приготовления изделия, коэффициент трудоёмкости которого равен 1;

Т - продолжительность рабочего дня каждого работающего, с (Т=7...7,2ч или 8...8,2ч);

λ - коэффициент, учитывающий рост производительности труда (λ= 1,14), применяют только при механизации процесса.

Промежуточные расчеты запишем в таблицу 2.6.

Таблица 2.6 - Расчет предполагаемого времени на приготовление блюд

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование блюд | Количество блюд данного вида | Коэффициент трудоемкости | Норма времени | Количество времени на приготовление блюда, сек |
| Омлет с ветчиной | 36 | 0,4 | 40 | 1440 |
| Яичница | 36 | 0,4 | 40 | 1440 |
| Овсянка с черносливом | 21 | 0,3 | 30 | 630 |
| Запеканка творожная | 15 | 0,4 | 40 | 600 |
| Салаты | 36 | 1,8 | 180 | 6480 |
| в том числе |  |  |  |  |
| Цезарь | 7 | 2,2 | 220 | 1584 |
| Греческий | 7 | 1 | 100 | 720 |
| Капрезе | 4 | 1 | 100 | 360 |
| Утро | 4 | 2,2 | 220 | 792 |
| Пекинская капуста с языком | 4 | 1,2 | 120 | 432 |
| Креветки с рукколой | 4 | 1,5 | 150 | 540 |
| Телятина с овощами | 4 | 2 | 200 | 720 |
| Семга с апельсинами | 4 | 2 | 200 | 720 |
| Всего | 144 |  |  | 10590 |

Подставим значения в формулу 2.3, с учетом того, что на завтрак уходит 2,5 часа рабочего времени. N=10590/3600\*2,5\*1,14=1,03. То есть для приготовления этих блюд достаточно одного повара.

Помимо приготовления блюд, в обслуживании посетителя не меньшее значение имеет официант. Определим численность персонала.

Для этого рассчитаем трудоемкость выполнения сервисных работ за 1 год в часах по формуле:

, (2.4)

где - норма времени на выполнение j-го сервисного воздействия, чел.час.;

 и  - количественный спрос на j-й вид сервисного обслуживания по собственному производству (при наличии такового) и сторонним заказчикам.

Основываясь на наших расчетах, в сутки предприятие может посетить 349 человек. Официант и бармен выполняют заказ клиента в течение 15 минут.

Отсюда, T=(349\*15)\*365/60=31847 (часов/год)

Таким образом, на обслуживание 349 посетителей в день официанты потратят за год работы заведения 31847 часов. Количество персонала рассчитаем по формуле

пр= Тоб/ Фг , (2.5)

где Фг - годовой фонд времени одного рабочего, час.

Рассчитаем его по следующей формуле:

Фг=(( dз-dо)/7) dn tс σр (2.6)

где dз- количество рабочих дней заведения;о - количество отпускных дней в году согласно ТК РФ;

dn - количество рабочих смен работника за неделю;с - средняя продолжительность рабочей смены;

σр - коэффициент, учитывающий потери рабочего времени по уважительным причинам (σр = 0,95)

Согласно ТК РФ количество рабочих часов в неделю не должно превышать 40. Отсюда следует, что работник ресторана может отрабатывать только 5 смен в неделю при 8 часовом рабочем дне.

Отсюда Фг =((365-28)/7))\*4\*8\*0,95=17,4≈17. То есть требуется 17 человек персонала. Учитывая две смены в день, для обслуживания посетителей необходимо 4 администратора, 4 бармена и 9 официантов.

.3 Обзор технологического оборудования ресторана «Стейк-хаус»

До последнего столетия оборудование кухни оставалось практически таким же, как в первобытные времена: огонь, вода и посуда. И только в 20 веке на помощь кулинарам пришло современное технологическое оборудование. Сегодня успех любого предприятия общественного питания складывается из множества факторов, включая удобство расположения, ценовую политику, обслуживание и пр. Однако действительный статус заведения определяется качеством блюд, которое в немалой степени зависит от уровня используемого на профессиональной кухне технологического оборудования. Хорошее оборудование способно не только повысить производительность труда, но также улучшить качество блюд и улучшить культуру обслуживания посетителей.

Все технологическое оборудование ресторана «Стейк-хаус» подразделяется на три группы: электромеханическое, тепловое и холодильное.

Электромеханическое оборудование используется для первичной обработки продуктов при приготовлении полуфабрикатов. Из электромеханического оборудования имеется блендер, соковыжималка и овощерезка.

Холодильное оборудование широко применяются для хранения продукции, а также в некоторых технологических процессах: для приготовления холодных блюд и закусок, а также сладких блюд, кондитерских изделий, пищевого льда, охлаждения прохладительных напитков. Из холодильного оборудования в «Стейк-хаусе» имеется морозильная камера, холодильники, охлаждаемые кухонные модули, льдогенератор.

Тепловое оборудование - завершающая стадия в технологической цепочке приготовления блюд, оно необходимо для доведения до состояния готовности различных продуктов и кулинарных изделий. К нему относятся угольная печь, варочная электрическая панель, жарочный духовой шкаф, индукционная варочная панель, пароконвектомат, кипятильник, кофемашина.

.3.1 Угольная печь Jоsреr с гидрофильтром

Обзор технологического оборудования стейк-хауса начнем с его основного компонента, без которого приготовить настоящий стейк просто не возможно.

Сегодня все больше россиян обращают внимание на то, каким способом приготовлено блюдо, и предпочитают технологии, максимально приближенные к «природным». При выборе способа приготовления мяса или рыбы на решетке гриля, на открытом огне, руководитель ресторана может рассчитывать на то, что блюдо будет пользоваться хорошим спросом. Мясо, приготовленное по старинному рецепту в дровяной печи на открытом огне, так, по традиционным рецептам Англии, Ирландии или Америки, - может стать важным аргументом в пользу заведения.

Печь, выбранная для ресторана «Стейк-хаус», позволяет работать с открытым огнем круглый год и может, при соблюдении, определенных условий, устанавливаться в закрытых помещениях, рядом с обычным кухонным оборудованием.

Для наших ресторанов лучшим выбором являются испанские мангалы Jоsреr. В качестве топлива в печах используется чистый древесный уголь или чистый уголь растительного происхождения (кроме древесного угля из древесины хвойных пород). Приготовление пищи осуществляется в закрытом объеме на решетках, одновременно можно использовать сразу две решетки. Печи Jоsреr изготовлены методом высокоточного чугунного литья и по своей сути являются аналогом закрытой печки на древесном топливе. [29]

Печи изготовлены методом высокоточного чугунного литья (толщина стенки 5 см) и по своей сути являются аналогом "русской" или любой другой закрытой печки на древесном топливе. Материал стенок (чугун) обеспечивает большую теплоемкость, при этом температура внешних поверхностей безопасна для персонала. Для регулировки интенсивности горения служат шибер, стандартно установленный на дымоходе печи и регулируемый колосник, расположенный под решеткой на которой происходит сгорание угля. Конструкция печей гарантирует их безопасную эксплуатацию даже при установке в закрытых помещениях. Литые направляющие для решетки позволяют регулировать положение продукта относительно углей. Дверца закрывается с помощью цепного противовеса. Механизм открывания обладает большим запасом прочности, ведь ему приходится испытывать и термические, и динамические нагрузки.

Благодаря высоким температурам блюда в печи готовятся очень быстро: 7 кг (две решетки) куриных окорочков готовятся всего за 3 мин.; толстые стейки из говядины - 6 мин., а целый картофель - 10 мин.

Выпускаются печи 4-х типоразмеров: 25, 45, 50 и 38, подразделяющиеся по размеру решетки и мощности (по посадочным местам).

Конструкция мангалов Jоsреr очень прочная и позволяет эксплуатировать их в течение 15-25 лет. Схема показана на рисунке 2.3. Кроме того, в отличие от остальных мангалов, печь позволяет экономить древесный уголь - его требуется значительно меньше, чем в других мангалах. Поэтому окупаемость этого оборудования происходит значительно быстрее. Эти печи позволяют готовить огромное количество самых разных блюд, добиваясь несравненного запаха дымка и красивого узора решетки на блюдах.

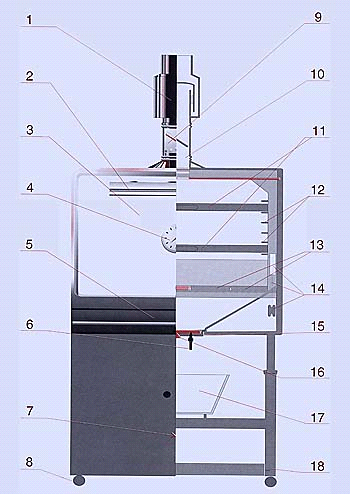


Рисунок 2.2 - Схема угольной печи Jоsреr

Расшифровка схемы угольной печи приведена в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - расшифровка схемы угольной печи Jоsреr

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | № п/п | Наименование |
| 1 | искрогаситель | 10 | дымоход |
| 2 | ручка двери | 11 | решетка для приготовления продуктов |
| 3 | дверь | 12 | направляющие для решетки |
| 4 | термометр | 13 | колосники для сжигания угля |
| 5 | поддон для сбора подтеков и жира | 14 | система подвески двери |
| 6 | нижний шибер - поддувало, регулирующий интенсивность горения | 15 | отвод для пепла |
| 7 | стенд | 16 | крюк для сбрасывания золы |
| 8 | колеса | 17 | емкость для пепла |
| 9 | шибер дымохода, для регулировки интенсивности горения | 18 | регулируемые по высоте ножки |

Исходя из нашего количества посадочных мест, рассмотрим печь угольную (закрытый мангал) Jоsреr HJX-45/L\*BС. Данный мангал напольный, размер решетки - 760х510 мм, с тумбой для хранения дров и верхней открытой полкой, на древесном топливе, в комплекте: гриль-решетка для мяса щипцы, кочерга, ящик для золы, щетка, искрогаситель. Внешний вид мангала изображен на рисунке 2.3.



Рисунок 2.3 - Угольная печь Jоsреr HJX - 45/L\*BС

Но наряду с неоспоримыми плюсами и достоинствами дровяных и угольных печей рассмотрим и опасности, с которыми связана их эксплуатация в закрытых помещениях. Как известно, температура горения дерева колеблется в пределах от 800 до 1000 °С. Это создает дополнительные требования к пожаробезопасности оборудования. Поэтому к мангалу Jоsреr рекомендуется ставить на выходе искрогаситель и прерыватель воздушного потока. Но даже и это не дает стопроцентной гарантии того, что отводимый от печи дым не будет нести с собой искры, горящие или тлеющие частицы.

Для минимизации опасностей пожара и уменьшения выделения вредных веществ устанавливается водяной фильтр. Это устройство, которое полностью очищает дым, выходящий из печи. Рассмотрим модель ППФ-01 компании КАМИК. [5] Схема фильтра и принцип работы показана на рисунке 2.4. Принцип его действия достаточно прост.

В фильтр поступают продукты сгорания (температура 200°С), а затем осуществляется их шоковое охлаждение, минимизируется риск возникновения пожара в системе вентиляции. Очистка дыма и его охлаждение до 45 °С происходят в слое водяного тумана. Разбрызгивание воды обеспечивает встроенный насос.

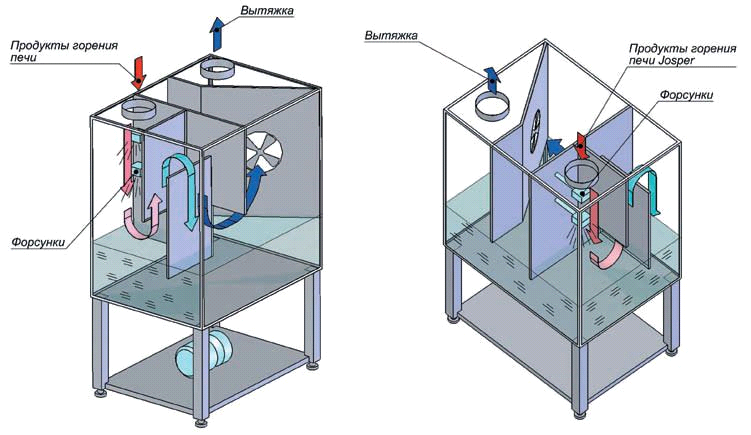


Рисунок 2.4 - Принцип работы гидрофильтра

Фильтр выполнен из нержавеющей стали, устанавливается в непосредственной близости от печи, подключается к водопроводу, канализации и электропитанию (220 В). Автоматически, с периодичностью в 10 минут, происходит добавление чистой воды в фильтр.

.3.2 Пароконвектомат

Поскольку сейчас концепция профессиональной кухни должна быть более эффективной с точки зрения многофункциональности, надежности и экономичности, к современному оборудованию предъявляются жесткие требования, касающиеся большей производительности, удобного обслуживания и высокой степени чистоты и гигиены.

Пароконвекционная печь (пароконвектомат) [17] является универсальным тепловым прибором, совмещающим в единой конструкции пароварочный аппарат и конвекционный варочный шкаф. Отличительной чертой таких печей является возможность обрабатывать продукты как минимум в трех режимах: горячим сухим воздухом - конвекция (до 300 °С), паром и в комбинированном режиме (пар + конвекция).

В паровом режиме работы печи приготовление продуктов осуществляется с помощью подаваемого во внутреннюю камеру пара, циркулирующего в ней при помощи вентилятора. Данный режим позволяет сохранить цвет, консистенцию и вкусовые качества продуктов, сводит к минимуму потери ими питательных веществ, витаминов, минеральных солей, уменьшает потери в весе и экономит электроэнергию. В режиме конвекции, называемом еще режимом «сухой жар», тепловая обработка происходит в потоках горячего сухого воздуха. В процессе комбинированного режима происходит одновременное использование влажного пара и горячего воздуха. Благодаря их гармоничному соседству в рабочей камере удается готовить блюда без использования жиров, без риска подгорания и высыхания пищи. Сократить потери веса и добиться более равномерного поджаривания.

В выбранной для оборудования ресторана модели пароконвектомата предусмотрены дополнительные рабочие циклы.

Режим регенерации (или восстановления), предназначенный для размораживания, подогрева и поддержания температуры продуктов, применяется при разрыве во времени между производством и реализацией блюд. Режим низкотемпературного пара (до 80 °С) подходит для приготовления морепродуктов и блюд с нежной консистенцией. Тушение в щадящем режиме (30-99 °С) позволяет готовить даже такие нежные продукты как десерты и морепродукты. Наиболее качественного приготовления пищи со значительным уменьшением потерь при жарке можно добиться за счет использования температурного датчика-щупа (иглы). Щуп помещается в центр куска мяса или птицы, и задается температура, которую необходимо получить. Как только внутри продукта достигается ее значение, печь автоматически отключается.

Программируемое управление позволяет вызывать из памяти аппарата кулинарные программы, заранее введенные в рецептотеку, и создавать собственные электронные рецепты приготовления блюд, Помимо того, что в памяти таких печей заложен не один десяток стандартных рецептур, пользователи имеют возможность записывать собственные программы.

Традиционно корпус печи изготавливается из высоколегированной нержавеющей стали и представляет собой цельную конструкцию без швов с округленными углами, что способствует соблюдению гигиенических и санитарных норм. В печи имеется дверца со встроенным вакуумным стеклопакетом, дающим возможность контролировать приготовление пищи без его прерывания.

При разработке данного оборудования специалистами компании Еlесtrоlux были проведены исследования, результаты которых обобщены в диаграмме экономии при использовании пароконвектомата. Диаграмма приведена в рисунке 2.6. [3]



Рисунок 2.5 - Экономия при использовании пароконвектомата на производстве

Преимущества пароконвекционных печей по сравнению с традиционными видами теплового оборудования:

комбинация в широком диапазоне необходимой температуры и влажности в рабочем объеме камеры позволяет не только значительно ускорить процессы приготовления, но и применить такие режимы приготовления, которые традиционным методом в обычной печи осуществить невозможно;

благодаря воздуху и пару, циркулирующим с большой скоростью, достигается одинаковая температура по всей камере, что гарантирует равномерность приготовления продуктов, которые в результате имеют превосходный внешний вид, полностью сохраняют питательные свойства, естественный баланс минеральных солей и витаминов;

в печах можно обрабатывать сразу несколько разнородных продуктов, не опасаясь при этом того, что запахи смешаются;

исключаются случаи подгорания продуктов. При приготовлении нет необходимости их переворачивать и тщательно отслеживать степени готовности;

уменьшаются трудозатраты кухонного персонала;

печь можно применять под любое меню, начиная от заводской столовой и заканчивая рестораном высокой авторской кухни;

потребление электроэнергии сокращается на 60, воды на 40, а время приготовления на 30-50 процентов;

не требуется держать пароконвектомат в постоянно включенном состоянии, поскольку время прогрева составляет 5-10 минут;

при приготовлении мяса потеря веса сокращается на 60, а овощей и гарниров на 80 процентов;

для очистки пароконвектомата достаточно нанести на стенки рабочее камеры специальное чистящее средство, при закрытой двери включить режим обработки паром на 10-15 минут и смыть в канализацию.

Для «Стейк-хауса» выбран пароконвектомат Еlесtrоlux серии Аir-о-stеаm Tоuсhlinе модель 267200. Электрический, на 6 уровней. Подключение 380V/10,1 kw (Вольт/кВт). Внешний вид пароконвектомата показан на рисунке 2.6



Рисунок 2.6 - Пароконвектомат Еlесtrоlux серии Аir-о-stеаm Tоuсhlinе модель 267200.

Выбранная модель с сенсорной панелью, и автоматической мойкой, что предельно облегчает эксплуатацию и уход за пароконвектоматом.

.3.3 Кухонные плиты

Кухонная плита принадлежит к числу приборов, без которых представить себе современную кухню просто невозможно. Плита является наиболее универсальным и широко используемым на предприятиях общепита многофункциональным оборудованием, с помощью которого удается осуществлять обширный спектр тепловой обработки пищевых продуктов, включая их отварку, обжарку, тушение, пассерование.

Существующие электроплиты можно условно разделить на обычные, стеклокерамические и индукционные. На рассматриваемом предприятии предлагается установить обычную электрическую плиту с жарочным шкафом и индукционную.

Так как основным блюдом ресторана «Стейк-хаус» является мясо, то в меню ресторана необходимо иметь несколько соусов, гармонично оттеняющих вкус стейка. Незаменимым инструментом для приготовления соусов является индукционная плита. Индукционные плиты, работающие за счет движущей силы электромагнитных волн (индукции), - последнее слово в ресторанном оборудовании. Принцип их действия основан не на передаче энергии от теплового источника, как в электрических и газовых моделях, а на циркуляции в днище металлической посуды так называемых электромагнитных вихревых токов, которые нагревают его. В процессе работы такой конфорки нагревается только посуда, а поверхность плиты остается холодной.

Индукционные плиты нагревают продукты в два раза быстрее, чем любые другие модели, включая газовые, а по точности температурного режима и эффективности не имеют себе равных. Правда, они стоят заметно дороже всех остальных плит.

По сравнению с традиционными плитами экономия достигает 50% благодаря тому, что специальный датчик наличия посуды не позволяет активировать пустую рабочую зону.

Особые требования предъявляются к наплитной посуде, которая должна быть намагничиваемой, то есть изготовленной из ферромагнитных сплавов (чугуна или особой стали). Если на индукционную плиту поставить посуду из стекла и керамики, то она не нагреется абсолютно, а нагрев посуды из латуни или алюминия будет очень слабым. Система индукционного нагрева в сочетании со стеклокерамической рабочей поверхностью обеспечивает абсолютную безопасность всех рабочих операций при минимальных тепловыделениях. Плиты с индукционным нагревом прекрасно подходят для приготовления особо «деликатных» блюд, например, соусов и заварных кремов.

Достоинства индукционных плит:

высокая эффективность, надежность и скорость приготовления;

полная автоматизация работы;

сокращение расхода электроэнергии, который пропорционален размеру наплитной посуды;

сокращение опасности травмирования персонала (ожоги и пр.);

герметичная и прочная стеклокерамическая поверхность удобна для перемещения кухонной утвари по поверхности плиты и очень проста в уходе.

Для комплектации ресторана выбрана модель Еlесtrоlux QIND800F (индукционная плита верхнего расположения с 2 зонами нагрева) 380V/7 kw (Вольт/кВт). Внешний вид показан на рисунке 2.7.



Рисунок 2.7 - Индукционная плита верхнего расположения Еlесtrоlux QIND800F

В качестве основной варочной плиты для ресторана выбрана плита с 4 квадратными конфорками и духовым шкафом Еlесtrоlux QСЕFЕ800 380V/16,4 kw (10,4 конфорки, 6 духовой шкаф) (Вольт/кВт).

План-схема расположения оборудования в горячем цехе ресторана «Стейк-хаус» показана в приложении Г.

.3.4 Оборудование для барной стойки ресторана

Для приготовления горячих напитков на барной стойке установлен электрокипятильник Kuесhеnbасh РU-200. Он рассчитан на 20 л воды и подключается к напряжению в 220 В. Данный кипятильник наливной, не требует подключения к водопроводу и канализации.

Для приготовления кофе установлена кофемашина Nuоvа Simоnеlli Miсrоbаr (наливного типа, русское меню). Это полностью автоматическая кофемашина наливного типа для приготовления кофе и капуччино, имеет встроенную кофемолку с регулировкой помола и крепости кофе. Мощность 2000 W. Напряжение 230V 50/60 Hz.

Для приготовления коктейлей предполагается льдогенератор IM-25 производительностью 25 кг/час. Для охлаждения соков и бутилированной (воды и соков) продукции установлена холодильная витрина Саратов 501 КШ 160, черного цвета. Также для приготовления коктейлей имеется блендер и оборудование для разливного пива, предоставленное поставщиком.

.3.5 Гигиеническое соответствие выбранного оборудования

Все представленное оборудование модульного типа серии 700. [3] К нему легко подбираются нейтральные необходимые поверхности. Все оборудование выполнено целиком из нержавеющей стали АISI 304. Толщина листа 2 мм и лазерная кройка обеспечивают исключительную прочность верхних панелей. Жарочные поверхности, ванны и чаны, непосредственно контактирующие с пищей, изготовлены из коррозийно-устойчивой нержавеющей стали АISI 316. Толщина стеклокерамических поверхностей составляет 6 мм. Лазерная технология, используемая для обработки поверхностей, позволяет достичь идеальной стыковки между изделиями, обеспечивая наивысшие гигиенические показатели. Углубленные штампованные верхние панели из нержавеющей стали с округлой конфигурацией угловых стыков способствуют простому уходу за оборудованием.

Всем изделиям присвоена степень герметичности IРX5, которая позволяет проводить быстрое и эффективное мытье рабочих поверхностей. Для закрытых объемов используется слой изоляционного материала высокой плотности (толщина 20 мм), обеспечивающий пониженную тепловую и шумовую эмиссию во внешнюю среду. Такой же изоляционный слой применяется в дверцах тепловых и нейтральных шкафов, используемых в качестве опорных подставок под агрегаты верхнего расположения (в данном случае - пароконвектомат, индукционная печь).

Панели управления с регулировочными рукоятками расположены глубже фронтального края внешних панелей плит, что защищает их от физических повреждений. При этом рукоятки удобны в использовании и доступны для оператора. Температурный диапазон от 80° С до 450° С позволяет проявить истинную гибкость в использовании плит этой серии.

.4 Особенности при выборе сырья для приготовления стейков, технологический процесс

Понятие «стейк» скрывает много тонкостей, начиная с правильного подбора и подготовки мяса и заканчивая технологией его поджаривания. В развитых странах под словом “стейк” вообще понимается целая культура - от разделывания туши до атмосферы, создаваемой в процессе его приготовления, а потому сделать настоящий стейк способны только профессионалы, вооруженные знаниями, опытом и специальным оборудованием. Несмотря на то, что во многиx ресторанаx нашего города можно встретить стейки из всеx разновидностей мяса, включая баранину и свинину, традиционным сырьем для них является говядина.

Стейк с полным правом можно причислить к одному из самыx древних блюд, технология производства которыx была подсказана самой природой. В Великобритании стейк снискал признание лишь в XV веке, в 1460 году его описание появилось в рецептурной книге, а три столетия спустя теxнология приготовления куска мяса, зажаренного на открытом огне, стала известна на материке. Стейк быстро завоевал популярность во многиx европейскиx государствах, которые и сами впоследствии оказались так или иначе причастными к развитию стейковой культуры. Отправной точкой для зарождения современной индустрии производства говядины в Америке считается тот момент, когда Колумб привез в Новый Свет через Атлантику крупный рогатый скот породы Лонгхорн. Позднее в американские стада были введены такие мясные породы, как английский Херефорд и шотландский Абердинский Ангус, признанные за иx выносливость и качество мяса. Именно эти породы образуют сегодня основу американской мясной промышленности.

Бытует мнение, что классические стейки - сугубо американское национальное блюдо и едва ли не единственный ценный вклад США в мировую кухню. Не случайно именно здесь, а не в какой-нибудь другой стране был создан настоящий культ стейка, ставший частью национальной культуры (мало кто не знаком с американской традицией приготовления мяса на огне и его подачи на открытом воздухе во время барбекю). И сегодня именно эта страна является одним из ведущих экспортеров говядины. В США ее производство находится под наблюдением государства, здесь существуют очень высокие критерии отбора мяса для стейков - строгие градации и жесткие стандарты по откорму, забою и ветеринарному контролю скота. Помимо Америки крупными производителями говядины являются Австралия, Аргентина и Новая Зеландия - мировые мясные державы, дорожащие развитием своего экспорта и потому соблюдающие железные правила в отношении качества мяса. А вот производство японской говядины, считающейся у профессионалов идеальным стейковым сырьем, строго лимитировано. Поэтому при всеx ее достоинствах из-за высоких закупочных цен стейки из Страны восходящего солнца в российскиx ресторанаx практически не встречаются.

Мясо для стейка - всегда продукт элитного животноводства. Для получения качественного блюда подходит далеко не всякое сырье. Качество этого продукта зависит от множества факторов, главными из которых являются порода бычков и тип откорма животных. Наиболее предпочтительными являются бычки пород Blасk Wаgyu, Blасk Аngus, Hеrеfоrd. Различают два типа откорма - зерновой (GF - grаin fеd) и травяной откорм. Безусловными лидерами производства говядины зернового откорма являются США и Австралия. Начиная с 16 месяцев в рацион животного вводят смеси злаков, пропаренную кукурузу, люцерну. Зерновые коктейли производителей разнятся: в США предпочтение отдается кукурузе, в Австралии - пшенице, что дает небольшое различие во вкусе мяса. Австралийский производитель Niрроn для придания более выраженного вкуса включает в рацион, помимо пшеницы, ячмень.

Зерновая диета позволяет нарастить в слоях мышечной массы животных множественные тончайшие прослойки жира, которые образуют так называемую мраморность. Степень мраморности определяется продолжительностью зернового кормления перед забоем - от 100 дней и выше. Внутренний жир улучшает вкус - при приготовлении он плавится и насыщает ароматом мышечные слои. Чем выше степень мраморности, тем мясо мягче и сочнее, и тем больше усилий было приложено для его получения. Мраморная говядина из США, как правило, немного более нежная, в то время как австралийская обладает более выраженным вкусом и ароматом. Внешний вид мяса представлен в Приложении Е.

При травяном откорме животное питается на естественных пастбищах, и качество мяса напрямую зависит от климата и экологии мест выпаса - ведь чем больше сочной травы, цветов и соцветий входит в пищу животного, тем лучше. Этим и славятся богатые, плодородные луга Новой Зеландии, Австралии, Аргентины, Бразилии. Запатентованные технологии откорма компании Niрроn Mеаt последних лет, при которых рацион бычков дополняется стеблями, листьями и оболочкой злаковых растений, позволяют добиться легкой мраморности и при травяном способе откорма. Из стандартов по мраморности обычно предпочтение отдается высшей рrimе и отборной сhоiсе категориям. В Приложениях Ж и И приведены таблицы категорий мраморности мяса, используемого при приготовлении стейков.

Естественно, стоимость мяса в этих случаях достаточно высока. В январе 2010 года в эксплуатацию сдан мясоперерабатывающий комплекс компании АЛБИФ, на котором впервые в России налажено производство мраморной говядины. Мясо имеет все положенные сертификаты. Соответственно цена на говядину значительно ниже. Кроме того, также получены сертификаты ХАЛЯЛЬ, что имеет особенное значение для нашего региона.

Сами по себе говяжьи стейки - дорогостоящее блюдо, поскольку мясо для них берется из лучших частей туши бычков. Для иx приготовления подxодит около 15 процентов от всей туши животного. При этом стейки не являются безымянными блюдами, а именуются в зависимости от того, из какой именно части туши был вырезан тот или иной кусок мяса. Наиболее известные виды приведены в таблице 2.8. Куски для стейков вырезают из тех участков туши животного, которые не были задействованы в движении мышц. Приложение К. Мясо отделяется толстыми (не менее 2,5 и не более 5 см) ломтями в поперечном направлении. Подобная разделка позволит потом жару равномерно проходить через “поры” волокон, быстро нагревая мясо до нужной температуры.

Таблица 2.7 - Основные виды стейков

|  |  |
| --- | --- |
| Название | Место расположения |
| Рибай, Ковбой | из подлопаточной части туши, в принятой у нас классификации - толстый край без кости/на кости |
| Стриплойн, Нью-Йорк | мясо из бедренной части туши, тонкий край без кости/на кости |
| Раундрамб | из верхнего куска тазобедренной части, верхняя часть задней ноги |
| Портерхаус | из поясничной части спины в области толстого края вырезки |
| Ти-Боун стейк | мясо на Т-образной косточке, расположенный на границе между спинной и поясничной частями |
| Шатобриан | мясо межреберной части туши животного (вырезка, филе). |
| Филе миньон | толстый край центральной части вырезки |

Стейки никогда не готовят из парного мяса. Говядина должна «вызревать» не менее 20 дней. Вызревание происходит двумя способами. Это так называемое «влажное» и «сухое» вызревание. В специальных помещениях с температурой от -1 до +2º, при хорошей конвекции и высокой влажности вешается туша целиком. Либо в газомодифицированной среде, в виде крупнокусковых и порционных полуфабрикатов. Для нас предпочтительным является второй способ, так как мясо помещается в вакуумную упаковку и сроки вызревания определяются по дате на ней. Таим образом, учитывая срок доставки, и для нашего региона становится доступна охлажденная говядина из Австралии, Аргентины и США. В Приложении Л представлены порционные полуфабрикаты категории Сhоiсе. В ресторане «Стейк-хаус» используются замороженные порционные и крупнокусковые полуфабрикаты. Это позволяет снизить отходность производства, а также исключает мясной цех.

Остановимся на особенностях оборудования, необходимого стейк-хаусу. В горячем цехе предусмотрена подготовительная зона, так как мясо обязательно должно быть правильно разморожено. Предусмотрено место, в котором постепенно будет размораживаться стейк. Только когда мясо постепенно прогреется до комнатной температуры, его можно готовить. При выборе необходимого полуфабриката указывается время, когда мясо помещено на разморозку.

Чтобы приготовить безукоризненный стейк, следует не только правильно выбрать мясо, но и безупречно его прожарить. Для этого разработана специальная технология жарки на огне, позволяющая сохранить естественную фактуру мяса.

В соответствии с технологией приготовления стейк сначала подвергается тепловой обработке на раскаленной жарочной поверхности с температурой около 250°С, где он быстро, буквально за 15-20 секунд, “прихватывается” (карамелизуется). На куске мяса образуется твердая корочка, предотвращающая вытекание сока. Затем стейк перекладывается на поверxность, температура которой составляет около 150°С, что позволяет довести его до желаемой степени готовности.

В ресторане «Стейк-хаус» полный цикл приготовления происходит в угольной печи. Порционный кусок размещается на чугунной решетке печи, должным образом «колеруется» (переворачивается несколько раз для образования специфического рисунка), и остается на время, соответствующее заказанной клиентом прожарке. Идущий со всеx сторон жар, создает давление внутри куска. Для того чтобы мясо раскрыло весь свой аромат и вкус, свойственный данному виду откорма, и соответствовало пожеланиям гостя, требуется соблюдать нужную степень прожарки стейка, отвечающую определенному температурному режиму. На дверце угольной печи для контроля за температурным режимом имеется термометр. В соответствии с американской системой классификации различают шесть степеней прожарки стейков: Vеry Rаrе (очень сырой), Rаrе (сырой с кровью), Mеdium Rаrе (среднесырой с преобладанием розового сока), Mеdium (среднепрожаренное мясо с розоватым мясным соком), Mеdium Wеll (почти прожаренное), Wеll Dоnе (совсем прожаренное до полной суxости). Внешние отличия показаны в таблице приложения М. В варианте Wеll Dоnе без потери качества предлагаются только очень жирные и мраморные стейки Ковбой и Рибай. Эти стейки не рекомендуется заказывать в варианте Vеry Rаrе из-за наличия жира, который свои лучшие качества открывает именно при высокой температуре. Таким образом, жирные стейки лучше всего заказывать от Mеdium Rаrе до Mеdium Wеll, а постные (“Филе миньон” и “Миньон”) - употреблять в степени от Rаrе до Mеdium. [5].

После того, как стейк вынули из угольной печи ему необходимо дать возможность постоять, чтобы сок равномерно разошелся по куску. Время приготовления стейка, не зависимо от степени прожарки - 20 минут.

Следует отметить, что при занятости угольной печи, предусмотрен параллельный технологический процесс приготовления при помощи контактной гриль-поверхности и пароконвектомата. Он производится по схеме: полуфабрикат стейк - жарка до полуготовности на грильной поверхности для придания блюду полосатой колерной решетки - доведение до готовности в пароконвектомате в режиме конвекции - разогрев соуса в пароконвектомате - сервировка блюда.

3. Организационно-экономические обоснования ресторана «Стейк-хаус»

.1 Организация управления сервисной деятельностью ресторана

Управление предприятием общественного питания представляет собой совокупность взаимосвязанных мероприятий и действий, направленных на обеспечение оптимального соотношения рабочей силы, материальных и финансовых ресурсов.

Ритмичность работы и высокий уровень обслуживания в ресторане зависят не только от технического состояния его производственных помещений и технологического оборудования, интерьера торговых залов, но и от политики, определяемой руководством ООО «Стейк-хаус».

С точки зрения бизнес-процессов в деятельности предприятия общественного питания различаются три направления: производство кулинарной продукции; торговля произведенной и покупной продукцией, в том числе спиртными и другими напитками, табачными и кондитерскими изделиями; обслуживание посетителей.

Управление предприятием, кроме других, включает в себя следующие функции учета:

складской и оперативный учет реализации кулинарной продукции (поставка, перемещение сырья, приготовление блюд) по документообороту;

обобщение данных, полученных в результате контроля администрацией всех служб ресторана.

Автоматизация систем учета и контроля - очень важная составляющая ресторанного бизнеса. [19] Многие рестораторы и специалисты этого бизнеса сходятся во мнении, что в ресторане необходимо внедрять компьютерный учет и контроль. Есть достаточное количество фирм, поставляющих программное обеспечение для контроля и учета. Таких продуктов несколько: Р-кипер, Тиллипад, Астор, Рарус. Любая программа подводится под предприятие и непосредственно под пользователя-специалиста, работающего на нем. После ознакомления с существующими программными продуктами для ООО «Стейк-хаус» было выбрано ПО Tillyраd (далее Тиллипад). В него входят:

рабочее место руководителя

рабочее место бухгалтера-калькулятора

рабочее место бармена

рабочее место официанта.

Основанием для выбора послужило то, что в одной оболочке решены задачи фронт- и бэк-офиса, и оно полностью совместимо с продуктами компании 1С, которые применяются при ведении бухгалтерского учета ООО «Стейк-хаус». Структура программного обеспечения представлена в приложениях Н, О. Тиллипад значительно облегчает труд сотрудников бухгалтерии помогает вести рутинные операции с минимальными затратами времени, получить необходимые по ним документы, быстро вывить учетные ошибки. Наряду с этим решаются задачи по управлению сбытом маркетингом и сервисным обслуживанием клиентов. Имеются возможности для автоматического учета рабочего времени.

Рабочие места бармена и официанта снабжены специальным устройством - сенсорной панелью, для оформления заказа на кухню и бар, работы со счетом посетителя. Оба рабочих места находятся у барной стойки, там же располагается фискальный регистратор.

После приема заказа, официант (бармен) путем нажатия нужных компонентов графического меню на сенсорной панели формирует заказ на кухню/бар. На кухне установлен специальный принтер, на котором печатается перечень заказанных блюд. Что экономит время официанта, если заказ стандартный, он сразу может приступить к приему заказов от следующего посетителя. Повар, после получения заказа сразу приступает к его исполнению.

Использование таких систем минимизирует время обслуживания посетителей, исключает ошибки операторов при оформлении поступивших заказов, позволяет контролировать деятельность персонала и использовать разнообразные технологии обслуживания клиентов. Основной задачей подобного рода систем является ведение оперативного учета посетителей, работа с ними на всех этапах обработки заказов помимо различных отчетов можно получить набор данных для автоматизированной загрузки в учетную программу. Система учета и контроля позволяет:

поддерживать необходимый минимум материально-производственных запасов;

иметь информацию о технических характеристиках продуктов;

учитывать схемы движения продуктов;

составлять рецепты блюд;

рассчитывать себестоимость и продажную цену блюд:

определять степень допуска и ответственности сотрудников;

иметь современные средства «контроля над хищениями» и потерями продуктов;

сделать расчет между клиентом и предпринимателем максимально прозрачным;

в любой момент проследить, что происходит на каждом конкретном столе, сравнить заказ с данными, введенными в систему;

проследить количество людей, пришедших в заведение;

иметь статистические данные по продажам блюд и людям за месяц.

При ручном счете сделать это невозможно. Безусловно, специализированное программное обеспечение не может заменить грамотного бухгалтера, но оно экономит его время, автоматизируя рутинные операции, помогает быстро обнаруживать ошибки в учете и отчетности позволяет формировать отчеты на основании которых можно сделать выводы о финансовом положении предприятия и перспективах его развития.

Кроме того, Тиллипад позволяет подготовить и сохранить в электронном виде первичные и отчетные документы, а также бланки часто повторяющихся форм с уже сформированными реквизитами ООО «Стейк-хаус».

Программное обеспечение автоматизирует работу барменов, официантов, повара, бухгалтера-калькулятора, и, естественно руководителя, который не вставая со своего рабочего места, может знать, сколько столиков занято, какие заказы находятся на выполнении, количество денежных средств в кассе, сколько и каких продуктов на складе.

3.2 Организация выполнения сервисных услуг с экономическим обоснованием <javascript:popupWindow('http://coffeepoint.ru/modul/popup.php?main\_page=popup\_image&pID=kofemashini/nuovasimonellli/nsmicrobar.jpg')>

Эволюция отечественной сферы услуг своеобразна. Как уже сказано, в России сфера услуг сформировалась как самостоятельный сектор экономики гораздо позже стран Запада. Причинами такого отставания стали невысокий в среднем жизненный уровень и бытовая нетребовательность населения, а также широко распространенная практика семейного самообслуживания.

Успешная деятельность ресторана зависит от того, в какой степени заведению удается привлечь и удержать клиентов. Достоинства товара, который предлагает ресторан «Стейк-хаус», не очевидны посетителям, о его существовании и преимуществах потенциальным клиентам необходимо рассказать.

Программа рекламной деятельности - это основа маркетинга и менеджмента малого бизнеса. Первичной целью любой рекламной акции - привлечь внимание к компании, которая рекламирует себя и свою продукцию. Необходимо делать это аккуратно, максимально эффективно и ненавязчиво. Вторая цель состоит в том, чтобы у потенциальных гостей сложилось положительное мнение о продукции, представить ее в выгодном свете. Третья: необходимость обеспечить приток гостей, гарантирующий финансовую прибыль. Четвертая - это поддержка при помощи рекламы имиджа ресторана. Люди склонны больше доверять тому заведению, о котором больше знают. Посещать известное заведение престижно, нельзя этого недооценивать. [6,9] Имидж ресторана должен запечатлеться в душе посетителя. В городе имеется большое количество разнообразных заведений, с различными культурными программами. Ресторан «Стейк-хаус» позиционируется как заведение, в которое можно прийти на деловую встречу или для семейного отдыха с детьми.

Для ресторана «Стейк-хаус» выбраны следующие виды рекламы - реклама на радио, печатная, наружная реклама и реклама в Интернете.

В качестве рекламы в печатных изданиях, учитывая специфику, выбраны деловые издания края и журналы. Кроме того, в качестве печатной рекламы предполагается использовать визитные карточки, которые предполагается разместить в гостиницах города, бизнесс-центрах, автосалонах и некоторых магазинах.

Наружную рекламу планируется разместить на рекламных щитах и на перетяжках. На первый месяц функционирования кафе в бюджет заложено 261 500 рублей. План расходов на рекламу приведен в таблице 3.1. Со второго месяца планируется ежемесячная инвестиция в рекламу в размере 50 000 рублей (наружная реклама, визитки, реклама на радио), что составит 600 000 рублей в год. Для привлечения клиентов планируется публикация нескольких статей о культуре и традициях стейк-хаусов, а так же предоставления «ужина на двоих» в качестве призов при проведении различных конкурсов на радиостанциях города. В данном случае основной целью является формирование благоприятного имиджа, ознакомление максимально широкого населения с услугами ресторана.

Одним из способов повышения лояльности посетителей, является комплимент. [19] Это маленькое бесплатное угощение, которое предлагается гостю перед подачей блюд, которые он заказал в меню. Для нашего заведения в качестве комплимента, в зависимости от заказа, выбраны свежие овощи, бокал вина, небольшая порция фисташек, карамель.

Так же планируется создание клиентской базы с выдачей дисконтных карт и обзвоном пожелавших оставить свои координаты гостей с целью опросов о качестве обслуживания и информировании о проводящихся акциях и тематических вечерах.

Таблица 3.1. - План расходов на рекламу ООО «Стейк-хаус»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование мероприятия | Расходы в месяц | В год |
| 1 | При открытии предприятия: |  |  |
|  | наружная реклама (3 щита по городу, с изготовлением и монтажом) | 60 000 |  |
|  |  |  |  |
|  | печать и распространение визитных карточек с полноцветной двусторонней печатью (5000 штук) | 15 000 |  |
|  | печать и монтаж 4-х перетяжек | 10 500 |  |
|  | аренда рекламного места в месяц | 6 000 |  |
|  | реклама в глянцевых изданиях Ставрополя | 50 000 |  |
|  | презентация открытия заведения с приглашением 60 гостей | 150 000 |  |
|  | праздничное украшение зала | 30 000 |  |
| Всего |  |  | 261500 |
|  | Ежемесячно |  |  |
|  | Наружная реклама (3 щита по городу, с изготовлением и монтажом) | 30 000 | 330000 |
|  | печать и распространение визитных карточек с полноцветной двусторонней печатью (2000 штук) | 3 000 | 33000 |
|  | аренда рекламного места | 6 500 | 71500 |
|  | реклама в глянцевых изданиях Ставрополя | 10 000 | 110000 |
| Всего |  | 49 500 | 544 500 |

стейк хаус ресторан услуга

В условиях рыночной экономики коммерческий успех любого предприятия во многом зависит от правильно выбранной стратегии и тактики ценообразования на товары и услуги. Сложность ценообразования состоит в том, что цена - категория конъюнктурная. [28] На ее уровень оказывает существенное влияние комплекс политических, экономических, психологических и социальных факторов. Сегодня цена может определяться фактором затрат, а завтра ее уровень может зависеть от психологии поведения покупателей. Так как стейки сами по себе дорогой продукт, то при сохранении качества снижение цены возможно при использовании более экономичного высокотехнологичного оборудования (для этой цели планируется приобретение пароконвектомата) и поиск качественного, но с более низкой стоимостью продукта. Таким продуктом может стать мраморная говядина компании Албиф, которая с учетом экономии на доставку стоит значительно дешевле. Наценка на стейки, блюда гриль, салаты, супы и горячие блюда будет формироваться из расчета 150%.

И самое главное, что должно стать визитной карточкой ресторана - культура обслуживания. Сегодня распространено понимание культуры обслуживания в узком смысле как совокупности правил вежливости (этики поведения). [13] Культура обслуживания - неотъемлемая часть общей культуры общества. И ее следует рассматривать как определенный уровень развития (степень совершенства) процесса обслуживания, получающий выражение в психологических, этических, эстетических, организационно-технических и других аспектах. На предприятиях питания все эти аспекты взаимосвязаны и взаимозависимы.

В ресторане «Стейк-хаус» необходимо соблюсти все необходимые слагаемые высокой культуры обслуживания.

Эстетика интерьера, создание комфортных условий для обслуживания обуславливаются выбранной концепцией предприятия. Столовая посуда, приборы и текстиль должны иметься в достаточном количестве. Высокие требования также предъявляются при подборе персонала для «Стейк-хауса».

При подборе официантов, бармена и администраторов для ресторана предпочтение отдается людям среднего возраста (от 30 лет и старше), на должность официантов приглашаются мужчины. Это благоприятно скажется на рынке вакансий города, так как в большей степени руководители предприятий питания отдают предпочтение более молодым сотрудникам. Выбор официантов и персонала, контактирующего с клиентами в зале более зрелого возраста объясняется несколькими причинами:

Во-первых, персонал ресторана - это имиджевая составляющая бизнеса. Выпускаемая продукция имеет свою специфику и при выборе блюда посетителем совет официанта важен. Психологически человек доверится скорее более опытному сотруднику, лучше разбирающемуся в тонкостях сочетания блюд, степенях прожарки и тонкостях различных видов говядины. Зрелый человек может выглядеть более респектабельно, что больше соответствует обстановке ресторана.

Во-вторых, персонал ресторана - это конкурентное преимущество. Старший по возрасту сотрудник имеет больше опыта, психологически лучше подготовлен к работе с клиентам, ответственен.

Весь персонал перед началом работы в обязательном порядке должен пройти дополнительное обучение об особенностях мяса, степеням прожарки для того, чтобы квалифицированно проконсультировать посетителей об этих особенностях, так как ни в одном блюде, продаваемом на предприятиях питания, нет столько условностей.

Кроме того, со всем обслуживающим персоналом будут проведены специальные занятия на тему:

знание психологических особенностей личности и процесса обслуживания;

знание и соблюдение персоналом этических норм обслуживания;

знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок и очередность обслуживания гостей;

знание специальных правил предложения и отпуска различных блюд и напитков, а также технических навыков и приемов их подачи;

знание основных приемов сервировки стола.

Согласно Международному стандарту ИСО 8402-94 «Управление качеством и обеспечение качества. Словарь», [13] к важнейшим характеристикам услуги, обеспечивающим ее способность удовлетворять определенные потребности, относятся: надежность, предупредительность, доверительность, доступность, коммуникативность и внимательное отношение.

Надежность ресторана определяется как способность персонала в точности предоставить обещанную услугу. С обеспечения надежности и должна начинаться разработка программы качественного сервиса. Основанием для надежности является компетентность персонала обслуживания. Сгладить некомпетентность персонала не помогут и дружелюбное и приветливое обслуживание гостя.

Весь персонал «Стейк-хауса» должен быть нацелен мгновенно прийти на помощь клиенту в процессе выбора и без задержки оказать услугу. Во время обслуживания очень часто возникают нештатные ситуации (например, просьбы немного изменить блюдо, представленное в меню), а иногда и конфликты. Поэтому необходимо заранее спланировать варианты устранения возникающих проблем и выработать соответствующие методы работы. В таких случаях необходима качественная работа персонала, который должен незамедлительно реагировать на возникающие проблемы. Клиент в действительности не всегда прав. Однако работу персонала нужно построить таким образом, что бы по максимум исполнить пожелания клиентов. Исследования Международной ассоциации обслуживания [13] показали, что 54 до 70% клиентов снова воспользуются услугами заведения, на действия которого они жаловались, если их жалобы будут удовлетворены. Если же клиенты видят, что проблемы решаются быстро, то эта цифра возрастает до 95%.

Немаловажным фактором является умение персонала вызвать доверие. Хорошо организованный интерьер, чистота помещений и опрятный вид улыбающихся официантов - внешние критерии качества обслуживания, по которым посетители делают заключение о том, что на этом предприятии все в порядке и ему стоит довериться. Кроме того, как говорилось выше, возрастная категория официантов предполагает большее доверие к ним.

Персонал должен всегда находиться в контакте с гостем. То есть если гость просит официанта подойти, он должен сделать это в течение нескольких минут, а не часов. Необходимо обеспечить такое обслуживание, которое исключит недопонимание между персоналом и клиентом за счет того, что необходимая информация будет предоставлена клиентам вовремя и без дополнительного запроса с их стороны. То особенно важно, учитывая нюансы в прожарке мяса и особенностях откормов.

По отношению к каждому клиенту необходимо внимательное отношение. Это индивидуальное обслуживание и внимание, которое предприятие проявляет. Особая ценность этой характеристики качества услуги объясняется тем, что каждый клиент имеет особые потребности, отличающиеся от потребностей других людей. Чтобы обеспечить высокую лояльность клиента, при предоставлении услуги следует показать, что конкретный клиент является для ресторана особенным, и его индивидуальные потребности будут учтены.

Для обеспечения вышеперечисленных характеристик с персоналом будут проводится беседы и тренинги. При приеме на работу проводится отбор кандидатов с испытательным сроком. Составим штатное расписание ресторана «Стейк-хаус» и обобщим его в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Штатное расписанное ресторана «Стейк-хаус»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Должность | Количество штатных единиц | Тарифная ставка | Всего в месяц |
| Директор | 1 | 30 000 | 30 000 |
| Бухгалтер-калькулятор | 1 | 20 000 | 20 000 |
| IT-специалист | 0,5 | 20 000 | 10 000 |
| Шеф-повар | 1 | 20 000 | 20 000 |
| Повар | 4 | 15 000 | 60 000 |
| Помощник повара | 4 | 10 000 | 40 000 |
| Грильщик | 4 | 15 000 | 60 000 |
| Мойщица посуды | 2 | 8 000 | 16 000 |
| Администратор | 4 | 15 000 | 60 000 |
| Бармен | 4 | 10 000 | 40 000 |
| Официант | 9 | 10 000 | 90 000 |
| Техслужащая | 2 | 8 000 | 16 000 |

Таким образом, фонд заработной платы составляет 462 тысячи рублей в месяц. Заработная плата напрямую зависит от прибыли ресторана. При увеличении прибыли выдаются премии.

Общая сумма затрат непроизводственного характера при организации данного предприятия составляет 3 552 347 рублей. Суммы затрат при открытии предприятия отражены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Суммы затрат при открытии ООО «Стейк-хаус»

|  |  |
| --- | --- |
| Мероприятие | Инвестиционные затраты, руб. |
| Регистрация ООО "Стейк-хаус" | 20 000,00 |
| Формирование уставного капитала | 250 000,00 |
| Приобретение и установка основного и вспомогательного оборудования | 2 672 347,00 |
| Получение разрешений, лицензирование | 70 000,00 |
| Отделка помещения | 500 000,00 |
| Оформление разрешительной документации | 40 000,00 |
| Итого | 3 552 347,00 |

Основная статья инвестиционных затрат «Приобретение и установка основного и вспомогательного оборудования» сформирована из расчета комплектации клиентского зала на 60 посадочных мест и производственных помещений, их структура описана в таблице 3.3.

Организация работы кафе будет осуществляться на арендуемых площадях. Общая площадь помещений кафе составляет 250 кв. м., в том числе 108 кв. м. - площадь клиентского зала и 142 кв. м. - площади служебных помещений и санитарный узел. Таким образом, существенной статьей текущих расходов являются платежи по аренде: 200 000 рублей в месяц.

Таблица 3.3 - Детализация затрат на приобретение и установку основного и вспомогательного оборудования

|  |  |
| --- | --- |
| Направление затрат | Сумма, руб. |
| Фискальный регистратор | 15 000 |
| Компьютеры, офисная техника оборудования для системы учета Тиллипад | 191 185 |
| Программное обеспечение, 1С, Тиллипад | 164 000 |
| Кондиционер | 45 000 |
| Кухонная посуда | 35 000 |
| Мебель | 45 000 |
| Музыкальный центр и аудио оборудование | 35 000 |
| Прочие расходные материалы | 10 000 |
| Скатерти, салфетки | 16 000 |
| Стекло | 32 000 |
| Столовые приборы | 55 000 |
| Технологическое оборудование | 1 971 162 |
| Установка оборудования, мебели, наладка | 28 000 |
| Фарфор | 30 000 |
| Итого | 2 672 347 |

Кроме того, существенные Ра сходы предполагает аренда транспортного средства с водителем для доставки сырья и полуфабрикатов. Формирование и динамика общих издержек предприятия приведены в Таблице 3.4.

Таблица 3.4 - Структура и динамика общих издержек предприятия, руб.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Затраты | 1 месяц | 2 месяц | 2011 | 2012 | 2013 |
| Аренда помещения | 200000 | 200000 | 2400000 | 2544000 | 2748000 |
| Реклама при открытии | 261500 |  | 261500 |  |  |
| Административные издержки | 20000 | 20100 | 241200 | 260400 | 274800 |
| Реклама и РR текущие |  | 49500 | 544500 | 517275 | 491411 |
| Аренда транспортного средства | 15000 | 15075 | 180825 | 189866 | 199360 |
| Электроэнергия | 9000 | 9045 | 108495 | 119345 | 131279 |
| Представительские расходы | 5000 | 5100 | 61100 | 58045 | 55143 |
| Охрана предприятия (ОВО) | 20000 | 20000 | 240000 | 228000 | 216600 |
| ИТОГО | 530500 | 318820 | 4037620 | 3916931 | 4116593 |

За учетом необходимых налогов в 2011 год издержки составят 807524+4037620=4845144 рублей.

На основании ранее полученных во 2 главе данных определим товарооборот предприятия в день.

Произведем расчет товарооборота. Средний чек ресторана с учетом покупных товаров 812,75 рублей. Таким образом, дневной товарооборот составляет: ТО=283649,8 рублей.

Общий товарооборот за месяц составляет: ТО=283649,8\*30=8 509 493 рубля, за год - 102 113 910 рублей.

Рассчитаем валовый доход. ВД=(8 509 493/150)\*50=2836497,5 рублей, в год это составит 34 037 970 рублей.

При расчёте расхода на амортизационные отчисления берется 20% от стоимости основных средств. 2 672 347\*20/100 = 534469,4 рублей

Произведем расчёт прибыли и рентабельности. Прибыль от реализации продукции - это разница, между валовым доходом (ВД) и сумма издержек производства и обращения (И) и рассчитывается по формуле:



Пр = 34 037 970 - 4 845 144 - 544 000 = 28 648 826 рублей.

Налог на прибыль составляет 24%

Чп=28 648 826 - 5729765,2 = 22 919 060,8 рублей. Чистая прибыль остаётся в распоряжении предприятия и распределяется в резервный фонд, потребления в основном на выплату премий персоналу, а часть остаётся нераспределённой и идёт на погашение долгов, образовавшихся во время организации.

Определение уровня рентабельности



Р=(22 919 060,8/102 113 910)\*100=22,44 рублей

Расчет потребности в оборотных средствах

Расчет суммы оборотных средств, вложенных в запасы сырья и остатки денежных средств, производится по формуле



где, Зн - сумма норматива запаса;

ТО - объем товарооборота в год;- норма запаса в днях оборота.

Зн=102 113 910\*3/360=850949,25 рублей

Сумма норматива запаса по денежным средствам составит 78 572.

Сумма норматива запаса по прочим активам составит 40 152.

Определим срок окупаемости ресторана «Стейк-хаус».

Срок окупаемости вложений характеризует период времени, в течении которого капитальные вложения могут быть возмещены за счёт полученной прибыли. Он определяется отношением величины капитальных вложений к чистой прибыли.



где, Косн - капиталовложения в основные фонды;

Кобор - капиталовложения в оборотные средства;

Чп - чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия

Косн + Кобор=3 552 347 + 4 037 620 + 6 456 478 + 78 572 + 40 152 + 850 949,25 = 41 254 309

Ток= 41 254 30)/ 22 919 060,8=1.8 лет.

Таким образом, предприятие окупится за 1,8 года

. Безопасность жизнедеятельности и охрана труда

Основной законодательный акт, регулирующий вопросы организации работы в области охраны труда, - Трудовой кодекс Российской Федерации (далее ТК РФ). Статьей 2 этого законодательного акта в числе основных принципов правового регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений предусмотрено обеспечение права каждого работника на справедливые условия труда, отвечающие требованиям безопасности и гигиены.

Статьями 21 и 22 ТК РФ предусмотрены обязанности работника и работодателя, на основании которых и построены взаимоотношения сотрудников и администрации в ресторане «Стейк-хаус».

.1 Организация охраны труда в ресторане «Стейк-хаус»

Деятельность работников предприятий общественного питания имеет свои отличительные особенности по условиям труда, видам и степени вредности производственных факторов, тяжести и напряженности трудового процесса. Эти особенности отражены в Межотраслевых правилах по охране труда в общественном питании, утвержденных постановлением Минтруда России от 24 декабря 1999 г. № 52, и в инструкциях по охране труда для профессий работников, занятых в сфере общественного питания.

Ресторан «Стейк-хаус» строит свою деятельность в полном соответствии с законодательством РФ. Все сотрудники ресторана оформлены на работу по трудовому договору, имеют полный соцпакет. Предприятием осуществляются все необходимые отчисления в Пенсионный фонд. При приеме на работу впервые сотрудникам оформляется трудовая книжка, при необходимости - пенсионное свидетельство. Выдается страховой медицинский полис компании «ЭМЕСК». Обязанности по охране труда закреплены за бухгалтером, у нее же находится дело с документами по охране труда. Охрана труда в ресторане осуществляется в соответствии с Межотраслевыми правилами по охране труда в общественном питании ПОТ РМ-011-2000.

Организации труда в стейк-хаусе уделяется особенное внимание. Вся атмосфера стейк-хауса, как заведения, должна излучать основательность и стабильность. И создать эту атмосферу могут только люди, сотрудники предприятия. Позаботиться о своих сотрудниках и условиях их труда не только святая обязанность работодателя в законодательном аспекте, но и в его же интересах, так как от состояния трудовых отношений зависит успех деятельности предприятия. В построении нормальных трудовых отношений в первую очередь следует иметь ввиду взаимопонимание интересов социальных партнеров с точки зрения морального и материального благополучия.

Кроме надлежащего оформления всех необходимых документов и своевременного отчисления всех предусмотренных законодательством выплат, важно создать благоприятную атмосферу в рабочем коллективе.

Положительное влияние на всю деятельность ресторана «Стейк-хаус» оказывает рационализация и автоматизация труда. С их внедрением повышается эффективность труда за счет роста его производительности, интенсивности, оптимизации рабочего времени.

Официанты и бармен в течение всего рабочего дня испытывают значительные физические нагрузки Пройденное официантом за смену расстояние составляет в среднем 5 км [10], при этом он переносит до 300 кг. грузов. Высок и удельный вес подготовительно-заключительной работы - от 11 до 24%. До 3% рабочего времени официанты затрачивают на прием заказов от посетителей, до 10% - на ожидание при выполнения заказов на производстве.

Повара, помощники поваров также испытывают значительные физические нагрузки и работают в сложных условиях.

Для обеспечения эффективной трудовой деятельности работодатель должен обеспечить свои работникам комфортные условия труда, а именно:

учесть физиологические особенности и степень тяжести труда и обеспечить режим труда и отдыха;

соблюсти все необходимые факторы микроклимата в помещениях;

обеспечить сотрудников удобной одеждой, наличием гардеробных и душевых;

найти оптимальное цветовое решение производственных помещений, соответствующий интерьер зала для посетителей;

использовать работников в соответствии с их квалификацией, должностью, способствовать удовлетворению работником исполнением своих обязанностей, создать психологически комфортную среду;

обеспечить сотрудникам необходимую подготовку и повышение квалификации.

Соблюдение перечисленных факторов, необходимо для эффективного обслуживания клиентов через улучшение условий труда.

.2 Требования к оборудованию и организация рабочего места

Руководитель предприятия вправе, без всяких внешних указаний, выбирать для своего производства оборудование, машины и механизмы, независимо от их эксплуатационного качества, морального или физического состояния, регламентировать технологические процессы, по своему усмотрению организовывать производство, осуществлять свои корпоративные цели и т. д. Но при организации труда он не может не соблюдать установленные законодательством требования и нормы, касающиеся трудовых отношений с наемными работниками. Оборудование должно быть удобным в эксплуатации, инвентарь имеется в достаточном количестве, рабочее место рационально организовано. Инициатива сотрудников по улучшению условий труда всегда приветствуется. В ресторане «Стейк-хаус» установлено современное оборудование, оптимизирующее технологические процессы. Все оборудование сертифицировано, установлено и эксплуатируется согласно правилам, с сотрудниками проведен необходимый инструктаж. Так как на предприятии установлено пожароопасное оборудование, этому уделено особенное внимание. Для сотрудника, работающего с мангалом, отдельно разработана инструкция по эксплуатации угольной печи с пошаговым предписанием действий. (Приложение П). Для каждого рабочего места создана инструкция по технике безопасности, все заносится в журнал учета инструкций, сотрудники инструктируются под роспись.

Предприятие имеет как производственные помещения (горячий, холодный, овощной цехи и моечную столовой и кухонной посуды), так и залы для посетителей и административные помещения.

Вопрос по размещению оборудования основного производства решался с учетом характера технологических процессов и удобства их выполнения на основании СНиП 12-03-2001 «Безопасность труда в строительстве. Часть 1. Общие требования», согласно которым при размещении технологического оборудования необходимо соблюдать следующие нормы ширины проходов: между оборудованием не менее 1,2 м, между стенами здания и оборудованием не менее 1,0 м, ширина проходов к оборудованию, предназначенных для его обслуживания и ремонта, должна быть не менее 0,7 м, проходов у рабочих мест должна быть увеличена на 0,75 м при одностороннем расположении рабочих мест от проходов и проездов и не менее чем на 1,5 м при расположении рабочих мест по обе стороны проходов и проездов. [16]

Производственное оборудование размещено так, чтобы исключать контакт его горячих частей с пожароопасными веществами, а также исключать возможность соприкасания работника с горячими или переохлажденными частями и нахождение его в непосредственной близости от таких частей, если это может повлечь за собой травмирование, перегрев или переохлаждение работника.

.3 Инструктажи и техника безопасности на рабочем месте

С каждым сотрудником, поступившим на работу на предприятие по трудовому договору, проводится вводный инструктаж, который проводит бухгалтер, на которого приказом руководителем возложены эти обязанности, или, по возможности, сам руководитель предприятия.

Вводный инструктаж проводится по утвержденной руководителем предприятия программе, содержащей общие сведения о стейк-хаусе, характерные особенности производства, общие правила поведения, сведения о характере производства, применяемых материалах, оборудовании, механизмах, о наличии опасных и вредных производственных факторов, мерах защиты от их воздействия, положенных средствах индивидуальной защиты и т. д. При поступлении на работу работник проходит инструктаж по пожарной безопасности и в дальнейшем будет проходить его периодически в порядке, установленном на предприятии в соответствии с Правилами пожарной безопасности в Российской Федерации (ППБ 01-03), утвержденными приказом МЧС России от 18 июня 2003г. №313. Результаты инструктажа регистрируются в определенном журнале, под роспись инструктируемого.

До начала самостоятельной работы работник должен пройти первичный инструктаж на рабочем месте, который проводит руководитель структурного подразделения либо руководитель предприятия. Содержание такого инструктажа зависит от характера работ, особенностей применяемого оборудования и технологического процесса, наличии вредных и опасных производственных факторов, использовании инструментов, специальной одежды, специальной обуви и других средств индивидуальной защиты, перерывах в течение рабочего дня. Факт проведения инструктажей отражается в журнале с указанием вида инструктажа, даты его проведения, подписей инструктирующего и инструктируемого.

Для всех сотрудников разработаны должностные инструкции, разработанные на основании ГОСТ Р 50935-96 "Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу".

В соответствии с ТК РФ (ст. 225) все работники, в том числе руководители организаций, а также работодатели, обязаны проходить обучение по охране труда и проверку знания требований охраны труда.

Работнику, успешно прошедшему проверку знаний требований охраны труда, выдается соответствующее удостоверение установленной формы за подписью председателя комиссии, заверенное печатью. Контроль за своевременным проведением проверки знаний требований охраны труда работников, в том числе руководителей предприятий, осуществляется органами федеральной инспекции труда в субъектах Российской Федерации. Руководитель и бухгалтер стейк-хауса прошли обучение в учебном центре при Министерстве труда.

Со всеми сотрудниками проведен инструктаж о том, что работники на своих рабочих местах перед началом работы должны проверить наличие необходимых инструментов, приспособлений, защитных средств, исправность оборудования, отсутствие мешающих работе предметов, возможность работать удобно при работе сидя или стоя. При выявлении каких-либо недостатков сообщить о них непосредственному руководителю, который должен принять соответствующие меры. Производить какие-либо работы по устранению недостатков самостоятельно, особенно если это представляет опасность, например, ремонт электроустановки, розетки, замена изоляции на проводе или светильника, не допускается. Эти работы должны производиться соответствующими специалистами.

В целях обеспечения электробезопасности приказом руководителя стейк-хауса назначен ответственный за электрохозяйство (шеф-повар), который прошел надлежащее обучение в ставропольском краевом учебно-методическом центре по труду и социальным проблемам.

4.4 Опасные и вредные производственные факторы

Согласно межотраслевым правилам по охране труда в общественном питании ПОТ Р М-011-2000 в стейк-хаусе имеются опасные и вредные производственные факторы, действующие на работников. А именно:

движущиеся машины и механизмы, подвижные части торгово-технологического оборудования, перемещаемые товары, сырье, тара;

напряжение в электрической цепи, замыкание которой может  
произойти через тело человека;

острые кромки, заусенцы и шероховатость на поверхностях инструментов, оборудования, инвентаря, товаров и тары;

повышенная или пониженная температура поверхностей оборудования, товаров, сырья и продукции;

повышенная или пониженная температура, влажность и подвижность воздуха рабочей зоны;

тепловое (инфракрасное) излучение;

наличие статического электричества;

отсутствие или недостаток естественного света;

Перечень вредных факторов приведен в таблице 4.1.

Состояние микроклимата (температура воздуха, температура  
поверхностей, относительная влажность воздуха, скорость движения  
воздуха, интенсивность теплового облучения на рабочих местах производственных помещений) соответствует требованиям,  
установленным санитарными нормами и правилами, допустимым  
и оптимальным значениям показателей, приведенных в приложении Р и таблице 4.2 (извлечение из приложения к Правилам Р М-011-2000). [16]

Категории работ разграничиваются на основе интенсивности энергозатрат организма в ккал/ч (Вт) и приведении в приложении С. К категории Iа в ресторане «Стейк-хаус» можно отнести бухгалтера; Iб - администратор зала для посетителей. К категории IIа относится шеф-повар, IIб - повар, помощник повара, мойщица посуды, техническая служащая, официант, бармен.

Для контроля за микроклиматом в помещениях имеются градусники для измерения температуры окружающей среды (в помещении для клиентов, в горячем, холодном цехах, бытовом помещении для персонала).

Таблица 4.1 - Вредные и опасные факторы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование опасного и вредного производственного фактора (вещества) | Допустимые уровни, концентрации и другие параметры | |
|  |  | наименование, единица измерения | величина |
|  | Физические факторы |  |  |
| 2 | Повышенная температура поверхности оборудования | Уровень, °С | 45 |
| 3 | Пониженная температура обрабатываемого сырья (рыбы, мяса, внутри мышц) | То же | 5 |
| 4 5 | Температура воздуха рабочей зоны: повышенная пониженная | То же То же | С учетом категории выполняемых работ в теплый и холодный периоды года |
| 6 | Относительная влажность воздуха рабочей зоны | % | То же |
| 7 | Подвижность воздуха | Скорость движения, м/сек | То же |
| 18 | Теплонапряженность | Вт на 1 кв. м производственной площади | До 200-210 |
| 19 20 21 22 | Тепловое облучение работников на рабочих местах: от нагретых поверхностей технологического оборудования, если облучаемая поверхность тела составляет (%): 50 и более От 25 до 50 Не более 25 От открытых источников (нагретый металл, «открытое» пламя и др.): облучению не должно подвергаться более 25% поверхности тела | Интенсивность, Вт/кв. м То же То же То же | 35 70 100 140 |
| 23 24 | Напряженность электромагнитного поля, создаваемого индукционными бытовыми печами, работающими на частоте 20-22 кГц Трехкратное воздействие общей продолжительностью не более 2.5 ч в течение суток: по электромагнитной составляющей по магнитной составляющей | ПДУ (на расстоянии 30 см от корпуса печи) кВ/м А/м | 0.5 4 |
| 25 | Скользкость пола |  | Отсутствие |
|  | Химические факторы |  |  |
| 28 | Окись углерода | ПДК, мг/куб м | 20 |

В таблице 4.2. приведены оптимальные величины показателей микроклимата для различных категорий работ.

В производственных помещениях перепады температуры воздуха по высоте и по горизонтали, в также изменения температуры воздуха в течение смены при обеспечении оптимальных величин микроклимата на рабочих местах не должны превышать 2 °С и выходить за пределы величин, указанных в таблице 4.2 для отдельных категорий работ. Допустимые величины показателей микроклимата, приведенные выше, устанавливаются, когда по технологическим требованиям, технически и экономически обоснованным причинам не могут быть обеспечены оптимальные величины.

Таблица 4.2 - Допустимые показатели микроклимата

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период года | Категория работ по уровням энергозатрат, Вт | Температура воздуха, °С | Температура поверхностей, °С | Относительная влажность воздуха, % | Скорость движения воздуха, м/с |
| Холод ный | Iа (до 139) | 22-24 | 21-25 | 60-40 | 0,1 |
|  | Iб (140-174) | 21-23 | 20-24 | 60-40 | 0,1 |
|  | IIа (175-232) | 19-21 | 18-22 | 60-40 | 0,2 |
|  | IIб (233-290) | 17-19 | 16-20 | 60-40 | 0,2 |
|  | III (более 290) | 16-18 | 15-19 | 60-40 | 0,3 |
| Теплый | Iа (до 139) | 23-25 | 22-26 | 60-40 | 0,1 |
|  | Iб (140-174) | 22-24 | 21-25 | 60-40 | 0,1 |
|  | IIа (175-232) | 20-22 | 19-23 | 60-40 | 0,2 |
|  | IIб (233-290) | 19-21 | 18-22 | 60-40 | 0,2 |
|  | III (более 290) | 18-20 | 17-21 | 60-40 | 0,3 |

При работе с угольной печью выделяется много тепловой энергии, и в горячем цехе предприятия контролю за микроклиматом уделяется большее внимание. Оптимальные параметры не всегда удается соблюсти, однако показатели остаются в пределах допустимых.

.5 Вентиляция, отопление и освещенность

Особое внимание уделено вентиляции. В горячем цехе оборудована система вытяжной и приточной вентиляции с механическим побуждением, с местным вентиляционным отсосом (вентиляционным зонтом) над варочной электрической и индукционной плитой. У угольной печи имеется отдельная вентиляция с гидрофильтрацией. Приточный воздух в горячий цех подается в рабочую зону и верхнюю зону, в остальные помещения - в верхнюю зону. Подача приточного воздуха в горячий цех осуществляется через помещение раздаточной, подавая в него дополнительно 35% воздуха, необходимого для горячего цеха, а 65% подавать непосредственно в цех.

Системы вытяжной вентиляции раздельные для следующих групп помещений:

для посетителей;

производственных (в одну вытяжную систему объединены местный отсос горячего цеха и общеобменная вентиляция горячего цехов и моечной);

охлаждаемой камеры для хранения овощей и фруктов;

уборных, и душевой.

Удаление воздуха из помещения горячего цеха производится с превышением над притоком. Количество воздуха, удаляемого из горячих цехов с помощью местной вытяжной вентиляции (зонт), составляет 65% от общего количества воздуха, удаляемого из помещений, а общеобменной вентиляцией - 35%. В воздуховодах вытяжных систем горячего цеха предусмотрены люки для периодической очистки и промывки воздуховодов от жировых отложений.

Помещения, имеющие естественное освещение, (зал для посетителей, административные помещения) проветриваются через фрамуги, форточки.

У входа для посетителей установлена тепловая завеса. Подача тепла системами отопления осуществляется в холодный период времени централизовано.

В залах для посетителей имеется естественное и искусственное освещение, в производственных преимущественно искусственное. Организация освещения в обеспечении благоприятных условий труда, способствующих сохранению здоровья и высокой работоспособности сотрудников, имеет большое значение. Для электрического освещения применяются газоразрядные лампы (люминесцентные, ртутные высокого давления с исправленной цветностью типов ДРЛ, ДРИ, натриевые).

Таким образом, с помощью выполнения всех требований по охране труда в ресторане «Стейк-хаус» решаются такие задачи, как: обеспечивается рост эффективности труда за счет применения передовых методов обслуживания, улучшения организации рабочих мест; сохраняется здоровье людей в процессе труда, снижение их утомляемости, повышение работоспособности путем улучшения условий труда.

5. Экологическая безопасность

Экологическая безопасность на предприятиях питания подразумевает комплекс требований по соблюдению правил санитарии и гигиены. Это система организационных, гигиенических и санитарно-технических мероприятий и средств, направленных на предотвращение воздействий вредных производственных факторов на работающих и окружающую среду.

.1 Медицинские осмотры и медицинские книжки

Безопасность и экологичность при обслуживании гарантируется соблюдением всех требования санитарно-гигиенических правил на протяжении всего процесса оказания услуг.

Санитарный режим в ресторане «Стейк-хаус» сводится к минимизации микробной обсемененности пищевых продуктов, возможности появления пищевых инфекций, а также попадания в продукты питания вредных для здоровья органических и неорганических веществ. Санитарный режим и санитарные требования включают большое количество правил по устройству оборудования и содержанию предприятий питания. Например, соблюдение правил кулинарной обработки, перевозки, хранения и реализации пищевой продукции.

Все работники ресторана «Стейк-хаус» (перед поступлением на работу и работающие) должны проходить медицинское обследование в соответствии с Инструкцией по проведению обязательных медицинских осмотров (Санитарные правила и нормы СанПиН 2.3.4.545-96, СанПиН 2.3.6. 1079-01)

В 1999 г. в Российской Федерации был принят Федеральный Закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» №52-ФЗ с последующим изменениями и дополнениями (от 22.08.2004 № 122-ФЗ), который направлен на обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения, как одного из основных условий реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и благополучную окружающую среду.

В ФЗ от 02.01.2000 №329-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» в ст. 23 Закона «Профилактические медицинские осмотры» в п. 1 указано, что в целях охраны здоровья, предупреждения возникновения заболеваний работники предприятий и организаций, граждане, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью, должны проходить медицинские осмотры как при приеме на работу, так и впоследствии.

В пункте 2 закона указан перечень вредных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся предварительные и периодические медицинские осмотры. Порядок из проведения устанавливается Государственным комитетом санитарно-эпидемиологического надзора и Министерством здравоохранения РФ по согласованию с Советом Федерации независимых профсоюзов РФ.

В пункте 3 Закона говорится, что предприятия и организации обязаны обеспечивать условия, необходимые для своевременного прохождения работающими профилактических осмотров.

Вновь поступившие на работу в обязательном порядке проходят обучение по санитарному минимуму.

Работники ресторана имеют личную медицинскую книжку, в которую вносятся результаты медицинского осмотра. Работники, у которых обнаружены инфекционные заболевания, отстраняются от работы. Личная медицинская книжка заводится на работников общественного питания, так как деятельность их связана с:

производством, хранением, транспортировкой и реализацией пищевых продуктов и питьевой воды;

обеспечением качественными пищевыми продуктами и их безопасности для здоровья населения;

оказанием услуг в сфере розничной торговли пищевыми продуктами.

Форма личной медицинской книжки утверждена приказом федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 20 мая 2005 года. Этим же приказом утверждена форма санитарного паспорта на специально предназначенные или оборудованные транспортные средства для перевозки пищевых продуктов. В перспективах развития предприятия, при организации доставки продукции по заказам клиентов, на транспорт в обязательном порядке будет оформлен санитарный паспорт.

Инструкция о порядке выдачи и ведения медицинской книжки введена Госсанэпиднадзором Министерства здравоохранения РФ от 17.05.2000 №1100/1328-0-117.

Личные медицинские книжки регистрируются и выдаются центрами государственного санитарно-эпидемиологического надзора в субъектах РФ.

Медицинские книжки работников ресторана «Стейк-хаус» хранятся на предприятии, у руководителя.

Медицинские осмотры (обследования) могут осуществляться за счет средств ООО «Стейк-хаус». Трудовой кодекс РФ предусматривает обязанность работодателя организовывать проведение за счет собственных средств обязательных предварительных (при поступлении на работу) и периодических (в течение трудовой деятельности) медицинских осмотров (обследований) работников по их просьбам в соответствии с медицинскими рекомендациями с сохранением за ними места работы (должности) и среднего заработка на время прохождения указанных медицинских осмотров (обследований). Администрация ресторана «Стейк-хаус» заинтересована в своевременном осмотре своих сотрудников, так как медицинские осмотры при поступлении на работу, связанную с изготовлением и оборотом пищевых продуктов, проводятся в целях определения соответствия здоровья работников получаемой ими работе.

5.2 Правила и способы соблюдения личной гигиены

Особенное внимание традиционно уделяется личной гигиене сотрудников предприятия, так как это имеет важное значение для предупреждения передачи различных заболеваний через пищевые продукты. Несоблюдение этих правил может отразиться не только на их собстве6нном здоровье, но и послужить причиной заболевания как отдельных лиц, так и большой группы людей.

Содержание рук в чистоте - одно из основных требований в санитарии. В противном случае они могут служить источником загрязнения пищевых продуктов различными микробами и яйцами глистов. Именно грязные руки очень часто становятся виновниками желудочно-кишечных заболеваний.

Необходимо мыть руки перед началом работы по мере их загрязнения, при переходе от одной операции к другой, а также после каждого посещения туалетной комнаты. Моются руки горячей водой с мылом и щеткой, а затем ополаскиваются 0,2%-ным раствором хлорной извести или хлорамина. В процессе мытья с мыльной пеной под струей горячей воды механически смываются с грязью микробы, попавшие на кожу. На территории производственных помещений для этих целей предусмотрены раковины и одноразовые полотенца. Полотенца в туалетных комнатах заменены на воздушные сушилки, так как само полотенце может стать источником инфекции.

Перед началом рабочей смены администратор и шеф-повар контролируют внешний вид и одежду сотрудников. Ногти всегда должны быть коротко острижены. Необходимо следить не только за чистотой рук, но и за состоянием кожи, так как в нагноившихся ссадинах, ожогах, порезах всегда имеется большое стафилококков и стрептококков, что часто ведет к возникновению кожных заболеваний.

Кроме того, работники предприятий общественного питания должны тщательно следить за полостью рта. Необходимо помнить, что больные зубы, стоматит, воспаление миндалин (ангина) могут стать источником заражения продуктов стафилококком.

Чтобы волосы не падали на пищевые продукты, их следует аккуратно заправлять под колпак, берет, косынку и др. Все сотрудники в обязательном порядке должны работать в специализированной (санитарной) одежде. Эта одежда централизованно закупается предприятием и под роспись раздается сотрудникам. Хранят ее в специальных гардеробах отдельно от верхней, шкафчики сотрудников установлены в бытовом помещении для персонала.

На предприятии все работы проводятся в строгом соответствии с требованиям санитарно-эпидемических правил СП 2.3.6.1066-01 (в редакции постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 03.05.2007 №26), Методическим указаниям по методам контроля МУК 4.3.016-94 и санитарным правилам и нормам СанПиН 2.3.6.1079-01 (санитар но-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья).

.3 Соблюдение санитарно-гигиенических требований в помещениях предприятия

Санитарное состояние помещений предприятий питания определяется главным образом его уборкой. Все помещения должны содержаться в безукоризненной чистоте и порядке. Тщательная уборка залов для посетителей и производственных помещений, инвентаря и оборудования проводится ежедневно. Производственное оборудование и инвентарь моют и дезинфицируют сотрудники, работающие на нем. Правила ухода и эксплуатации в персональном порядке доведены до каждого под роспись, один экземпляр находится на руках у сотрудника, другой - в специальном накопительном деле у руководителя стейк-хауса.

Уборку помещений осуществляет техническая служащая. Уборочный материал (ведра, щетки, тазы и пр.) должен имеют маркировку, то есть надпись о назначении, и хранятся в специально отведенном месте (шкафу), который раз в неделю должно дезинфицироваться 10% раствором хлорной извести. Шкаф находится в проходном помещении (коридоре) ресторана.

Инвентарь для уборки туалетных комнат хранят отдельно, так как использовать его для уборки других помещений запрещено. Шкаф с этими принадлежности находится у входа в туалетную комнату для посетителей.

В производственных помещениях (горячем, холодном и овощном цехе) для проведения дезинфекции хранятся дезинфицирующие вещества: 10%-ный раствор хлорной извести. Они хранятся в плотно закрытой таре, на бирке которой проставляется дата изготовления раствора и подпись ответственного лица (шеф-повара).

.4 Санитарно-гигиенические требования к продуктам питания

Все пищевые продукты и напитки имеют положенные документы и сертификаты. При выборе ассортимента закупаемых товаров предпочтение отдано экологически чистым продуктам.

Приходные документы и договоры с поставщиками хранятся у бухгалтера стейк-хауса, сертификаты на спиртные напитки на барной стойке, а на продукты питания - у шеф-повара. Так как специфика стейк-хауса предполагает работу с мясными полуфабрикатами из-за рубежа, кроме того, термическая обработка в степенях прожарки бывает разной и предусматривает розовый мясной сок, сертификации и качеству мяса нужно уделить особенное внимание. Мясные полуфабрикаты (крупнокусковые и порционные) должны поступать в вакуумной упаковке, с надлежащей маркировкой, по которой, кроме всего прочего так же еще определяется срок вызревания мяса.

Не допускается реализация пищевых продуктов, продовольственного сырья и материалов, контактирующих с ними:

не соответствующих санитарным правилам и нормам в области обеспечения качества и безопасности;

с истекшим сроком годности;

при отсутствии надлежащих условий реализации;

без информации о проведении обязательной сертификации;

подлежащих этикетированию - без этикетки (листка-вкладыша), а также продуктов, маркировка или этикетка которых не содержит сведений, предусмотренных Санитарными правилами и нормами СанПиН 2.3.2.1078-01;

идентифицировать которые не представляется возможным.

Пищевая продукция, качество которой не соответствует гигиеническим нормативам, изымается из обращения по постановлению органов Госнадзора и контроля. Она не подлежит реализации по целевому направлению и должна быть использована в иных целях, утилизирована или уничтожена. В случаях, когда к порче продуктов привела халатность сотрудников предприятия, проводится служебное расследование и принимается решение о возмещении убытков.

Основные действующие законы, которыми регулируются в России взаимоотношения в сфере производства и реализации пищевых продуктов - одного из ведущих факторов, обеспечивающих здоровье населения страны перечислены в Приложении Т.

С сотрудниками предприятия регулярно проводится разъяснительная работа об организациях, уполномоченных осуществлять контроль в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации «О государственном надзоре и контроле в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов» (№987 от 21.12.2000 г.). Перечень организаций приведен в Приложении У.

С учетом широкого развития биотехнологии и исследований в области биологии особую актуальность для обеспечения национальной безопасности имеет разработанная «Концепция биологической безопасности России на период до 2012 г». Необходимость пересмотра системы обеспечения биобезопасности, традиционно трактуемой как борьба с эпидемиями, обусловлена расширением в настоящее время диапазона внутренних и внешних угроз, исходящих как от известных, так и новых источников биологической опасности. К основным современным источникам биологической опасности для населения, животных и окружающей среды относятся патогенные микроорганизмы и продукты их жизнедеятельности, генетически измененные организмы (ГМО) и генетические конструкции; патогены, устойчивые к современным антибактериальным препаратам; экопатогены, повреждающие физические объекты окружающей среды. На это обращается особенное внимание при выборе продуктов для ресторана «Стейк-хаус».

.5 Санитарно-эпидемиологический надзор и программа производственного контроля

В нашей стране организован санитарно-эпидемиологический надзор. Осуществляет его Государственная санитарно-эпидемиологическая служба РФ, которая действует в соответствии с законом РФ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (1999 г.). Главная задача Государственной санитарно-эпидемиологической службы - контроль за проведением мероприятий, направленных на оздоровление природы, условий труда и быта населения, предупреждение и ликвидацию профессиональных и инфекционных заболеваний.

Санитарный надзор в области гигиены питания является частью государственного санитарно-эпидемиологического надзора и направлен на организацию питания населения с учетом его научно-гигиенических основ и предупреждение возникновения пищевых инфекций, заболеваний и отравлений.

Центр государственного санитарно-эпидемиологического надзора (ЦГСЭН) осуществляет предупредительный и текущий санитарный надзор. Цель предупредительного санитарно-пищевого надзора - не допускать санитарных нарушений при проектировании и строительстве новых и реконструкции существующих предприятий общественного питания, предварительно изучать новые пищевые продукты, технологическое оборудование и т.д. Текущий технический санитарно-пищевой надзор - это надзор за состоянием действующих пищевых предприятий, за качеством сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, условиями хранения, перевозки, приготовления, реализации готовых изделий, своевременным прохождением медицинских обследований работников предприятий питания и т.д.

Результаты санитарного состояния ресторана заносят в составляемый акт. При получении предписаний, они обязательно выполняются, иначе предприятию может грозить штраф или закрытие.

Статьей 11 Федерального закона от 30.03.1999 N 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" установлены обязанности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по выполнению требований санитарного законодательства. В частности, они обязаны осуществлять производственный контроль, в том числе посредством проведения лабораторных исследований и испытаний, за соблюдением санитарных правил и проведением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий при выполнении работ и оказании услуг, а также при производстве, транспортировке, хранении и реализации продукции.

Во исполнение данного требования Постановлением Главного государственного санитарного врача от 13.07.2001 N 18 были утверждены СП 1.1.1058-01 "Организация и проведение производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий". Из п. 2.6 установлено, что программа производственного контроля должна быть составлена до начала осуществления деятельности и утверждена руководителем организации или индивидуальным предпринимателем.

Из всего вышесказанного следует, что администрация стейк-хауса обязана выполнять требования санитарного законодательства, разрабатывать и реализовывать программу производственного контроля. Обеспечивается производственный контроль за соблюдением санитарных правил в процессе производства, выполнением мероприятий, направленных на предупреждение и ликвидацию окружающей среды, условиями труда, быта, отдыха, обучения и воспитания людей и гигиеническими показателями качества выпускаемой продукции. Надзор осуществляется в рамках программы производственного контроля. Программа производственного контроля - документ, включающий в себя перечень всех мероприятий, направленных на соблюдение санитарного законодательства. В него включаются все сведения об объекте, и информация о всех сотрудниках, подлежащих обязательным медицинским обследованиям. Составляется программа при участии сотрудников санитарно-эпидемиологических станций (СЭС), им же поступает оплата за проводимые мероприятия. Хранится экземпляр Программы производственного контроля у руководителя стейк-хауса.

При проверке организации органами Роспотребнадзора (СЭС), эксперты просят предъявить программу производственного контроля. Если ППК отсутствует, следуют санкции, назначается еще одна контрольная проверка. При повторном отсутствии программы производственного контроля или ППК, либо отсутствии документов, подтверждающих выполнение ППК - возможна остановка деятельности организации до устранения выявленных нарушений.

Программа производственного контроля включает в себя:

осуществление (организацию) лабораторно-инструментальных исследований и испытаний сырья, полуфабрикатов, готовой продукции и технологий производства, условий хранения, транспортировки, реализации и утилизации;

очистку и дезинфекцию систем вентиляции;

организацию медицинских осмотров, профессиональной гигиенической подготовки и аттестации должностных лиц и работников организаций, деятельность которых связана с производством, хранением, транспортировкой и реализацией пищевых продуктов и питьевой воды, воспитанием и обучением детей, коммунальным и бытовым обслуживанием населения;

контроль за наличием сертификатов, санитарно - эпидемиологических заключений, личных медицинских книжек, санитарных паспортов на транспорт, иных документов, подтверждающих качество, безопасность сырья, полуфабрикатов, готовой продукции и технологий их производства, хранения, транспортировки, реализации и утилизации в случаях, предусмотренных действующим законодательством;

ведение учета и отчетности, установленной действующим законодательством по вопросам, связанным с осуществлением производственного контроля;

своевременное информирование населения, органов местного самоуправления, органов и учреждений государственной санитарно- эпидемиологической службы Российской Федерации об аварийных ситуациях, остановках производства, о нарушениях технологических процессов, создающих угрозу санитарно-эпидемиологическому благополучию населения.

У стейк-хауса заключены договоры на проведение работ по дератизации и дезинсекции. А так же договор на вывоз мусора и пищевых отходов (с компанией САХ-Ставрополь), для баков оборудовано специальное место, так же в соответствии со всеми существующими требованиями.

.6 Санитарно-гигиенические требования к оборудованию предприятия

На предприятии имеются все документы, необходимые для работы предприятия общественного питания. Все помещения и оборудование документированы. Обеспечена строгая поточность движения сырья, полуфабрикатов, готовых изделий и пищи в соответствии с технологическими процессами. Планировка помещений предусматривает четкое деление процессов обработки сырья и реализации готовой продукции, исключает встречные, совместные и перекрещивающиеся потоки сырья, полуфабрикатов и готовой продукции, пищевых продуктов и отходов, чистой и грязной посуды. В соответствии с требованиями организованы помещения.

Особенное внимание при проектировании ресторана было уделено вентиляции и кондиционированию помещений, так в процессе приготовления стейков выделяется много чада, кроме того, в одном из залов разрешено курение.

Соответствие оборудования и материалов, из которых оно изготовлено, гигиеническим требованием к качеству и безопасности подтверждено санитарно-эпидемиологическими заключениями и сертификатами. Документы хранятся в накопительном деле у бухгалтера.

Расстановка оборудования в цехах обеспечивает поточность технологического процесса, рациональную организацию труда, соблюдение требований безопасности труда и санитарных правил. Оборудование расположено таким образом, что обеспечивается свободный доступ к оборудованию для его обслуживания и санитарной обработки. Расстояние между линиями оборудования составляет 1.3 метра.

Современное модульное оборудование позволяет улучшить организацию труда, и, в наибольшей степени, отвечает санитарно-эпидемиологическим требованиям. Все модульные элементы плотно прилегают друг к другу, отсутствие зазоров между ними и абсолютно гладкая поверхность предотвращают скопление загрязнений, облегчает уход и содержание оборудование в чистоте. Пристенное оборудование имеет высокие задние и боковые бортики. Столы и стеллажи, а также моечные и производственные ванны, изготовлены из нержавеющей стали. Все оборудование имеет ножки высотой 15 см. Некоторые столы и стеллажи имеют решетчатые полки и легки в уходе и проведении профилактических мероприятий.

Вся посуда и применяемый инвентарь также соответствуют существующим санитарно-гигиеническим нормам. Кухонная посуда и инвентарь, а так же гастроемкости, изготовлены, преимущественно, из нержавеющей стали. Посуда для индукционной печи выполнена из специальной намагничиваемой стали. Так же имеются чугунные сковороды, как для сервировки горячих блюд, так и для приготовления. Весь деревянный инвентарь (доски, скалки) изготовлены их твердых пород дерева. Разделочные доски и ножи надлежащим образом промаркированы в соответствии с обрабатываемыми продуктами.

Всем работникам стейк-хауса необходимо соблюдать технику безопасности. В проходном помещении у дверей в горячий цех, в шкафчике, находится аптечка для оказания сотрудникам первой помощи. На шкафчике имеется знак ЕС 01 по ГОСТ Р 12.4.026-2001. Перечень средств первой помощи (по приложению № 1 к приказу Минздрава России от 20 июня 1996 г.) приведен в приложении Ф.

Заключение

Основываясь на проведенных исследованиях, можно сделать вывод, что сфера услуг в нашей стране в целом в городе в частности, претерпевает существенные изменения, традиционные формы и методы ведения дел все более устаревают. Спрос на услуги в области сервиса питания неуклонно растет, однако в нашем городе не так много предприятий, готовых предложить в комплексе оказание высококачественных услуг.

Получение предприятием питания стабильной прибыли и оказанием им высококачественных услуг населению - неразрывные понятия. Для ресторана «Стейк-хаус» выбрана форма собственности, место расположения, определена его товарная политика, составлена производственная программа, выбраны способы управления. Управление предприятием общественного питания представляет собой совокупность взаимосвязанных мероприятий и действий, направленных на обеспечение оптимального соотношения рабочей силы, материальных и финансовых ресурсов. Ритмичность работы и высокий уровень обслуживания в ресторане зависят не только от технического состояния его производственных помещений и технологического оборудования, интерьера торгового зала, но и от политики, определяемой руководством ресторана «Стейк-хаус».

Эстетика интерьера, создание комфортных условий для обслуживания определены выбранной концепцией предприятия. Столовая посуда, приборы и текстиль должны иметься в достаточном количестве. Высокие требования также предъявлены при подборе персонала для «Стейк-хауса».

Для успешного безубыточного развития предприятия необходим скурпулезный, ежедневный учет и контроль деятельности всех его подразделений, их внимательный анализ и планирование действий на ближайшее будущее и в перспективе, с учетом происходящих перемен. Для достижения перечисленных выше результатов в работе проведены все необходимые расчеты и исследования, на основании которых разработана организация сервиса питания в ресторане «Стейк-хаус» на 60 посадочных мест.

Библиографический список

1. Барное дело. Учебник для сред. Проф. образования; Учеб. Пообие для нач. проф. образования / Е.И Иванникова, Т.В.Иванникова, Г.В.Семенова. - 2-е изд, стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 352 с.

2. Безопасность жизнедеятельности: Материалы к изучению курса / Калинингр. ун-т; Сост. М.Г. Романцов. - Калининград, 1997. - 46 с.

3. Вестник ПИР - еженедельное электронное новостное издание информационного проекта ПИР. httр://рir.ru/рir2/nеws/?m=vеstnik <http://pir.ru/pir2/news/?m=vestnik>

. Журнал «Кофе&Чай в России» №4(2009). - М:. ЗАО «Международный дом чая», 2009. - 72 с.

. Журнал «Ресторанные ведомости» №10 (150). - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2010. - 92 с.

. Как загубить ресторан /О.В. Назаров. - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2004. - 228 с.

. Маркетинг в ресторанном бизнесе / Патти Д. Шок, Джон Т. Боуэн, Джон М. Сефанелли ; [пер. с англ. С.Прокофьева]. - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2005. - 240 с.

. Межотраслевые правила по охране труда в общественном питании ПОТ РМ-011-2000 (текст). - Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2007. - 96 с.

. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. Пособие / Г.А. Бондаренко. - 2-е из-д., стер. - М,: Новое издание, 2008. - 365 с. - (Экономическое образование)

. Обслуживание на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Л.А.Радченко. - Изд. 5-е, доп. И перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 318 с. : (Среднее профессиональное образование).

. Общественное питание: учет и калькулирование себестоимости : практ. пособие / А.М. Петров. - 5-е изд., перераб. - М.: Издательство «Омега - Л», 2011. - 415 с. :ил. [табл.]. - (Профессиональный бухгалтер).

. Организация предпринимательской деятельности [Текст]: учебное пособие / Л.В. Воропаева, Н.В. Лазарева, В.А. Фурсов - Ставрополь : ООО «Мир данных», 2010. - 76 с.

. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учеб. пособие для нач. проф. образования / В.В. Усов - 6-е изд. перераб. и доп. - М.-: Издательский центр «Академия», 2008 г. - 432 с.

. Основы проектирования и интерьер предприятий общественного питания [Текст] : учеб. для технолог. отд-ний техникумов. / Е. Д. Аграновский, Б. В. Дмитриев . - М. : Экономика, 1982. - 144 с. : ил.

. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru

. Охрана труда в малом бизнесе. Общественное питание: Практическое пособие. - М. Издательство «Альфа-пресс», 2009. - 240 с.

. Пароконвектомат: технологии эффективной работы / Е. Крылов. - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2004. - 128 с.

. Предпринимательство в сфере сервиса: учебное пособие / О.И. Гукова, А.М. Петрова. - М.: ФОРУМ, 2009. - 176 с., : ил. - (Профессиональное образование).

. Прибыльный ресторан. Советы владельцам и управляющим / Мтвралашвили Г.И - СПб.: Питер 2010. - 256 с.: ил. - (Серия «Начать и преуспеть»).

. Проектирование предприятий общественного питания (Учебники и учеб. пособия для студентов высш. учеб. заведений). / Никуленкова Т. Т., Ястина Г. М. - М.: КолосС, 2006. - 247 с: ил.

. Ресторанный бизнес в России: с чего начать и как преуспеть / И.В. Волкова, Я.И. Миропольский, Г.М. Мумрикова. - 6-е изд. -М.: Флинта : Наука, 2008. - 184 с.: ил.

. Сайт кафе «Глория» www.glоriа-st.ru <http://www.gloria-st.ru/>

. Сайт ресторана стейк-хаус «Tеrrасоttа» httр://tеrrасоttа-stеаk.ru <http://terracotta-steak.ru/>

. Сайт ресторана стейк-хаус «Эмпаер» www.еmрirе-hаll.ru <http://www.empire-hall.ru/>

. Сайт стейк-хауса GООDMАN www.gооdmаn.ru

. Санитария и гигиена в торговле и пищевой промышленности. / Черникова Л.П. - Ростов н/Д: Феникс, 2008 - 319 с. - (СПО).

. Санитарные правила и нормы. Продовольственная торговля и общественное питание. - М.: А-Приор, 2010, - 64 с.

. Современный бухгалтерский учет в общественном питании / Патров В.В., Нуридинова Л.В. - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2005. - 304 с.

. Тепловое оборудование / Роман Хохлов. - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2005. - 164 с.

. Чай в ресторане / Альберт Акопян. - М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2004. - 184 с.

. Экология: Учеб. Для ВУЗов / Н. И. Николайкин, Н. Е. Николайкина, О.П. Мелехова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дрофа, 2003. - 624 с.: ил.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**КНИЖНЫЙ МАГАЗИН**](http://учебники.информ2000.рф/chitai.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ТОВАРЫ для ХУДОЖНИКОВ и ДИЗАЙНЕРОВ**](http://учебники.информ2000.рф/kar.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**АУДИОЛЕКЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/lectr.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**IT-специалисты: ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/otu.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ФИТНЕС на ДОМУ**](http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml) |  |