

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ АССОЦИАЦИИ ПОВАРОВ УЗБЕКИСТАНА

HORECA

HOTEL • RESTAURANT • CAFE

Апрель 2016 №4(20)

ЖЕРАР КАНЬЯ

*Навруз
с французским
вкусом*

ГОСТИНИЦА

*Оценка доходности
гостиничного
предприятия*

КЕЙТЕРИНГ

*Создаем банк
проблемных
ситуаций*

ПРАЗДНИК НАВРУЗ

**В ГОРНОМ
БАЙСУНЕ**



www.chefs.uz/horeca



Посетите наш сайт
www.profposuda.uz



- Бесплатная доставка по г. Ташкенту
- Прямые поставки от производителей
- Комфортабельный show-room в центре города
- Широкий ассортимент профессиональной посуды, оборудования и барного инвентаря

РЕКЛАМА

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР **PAŞAVAHÇE**

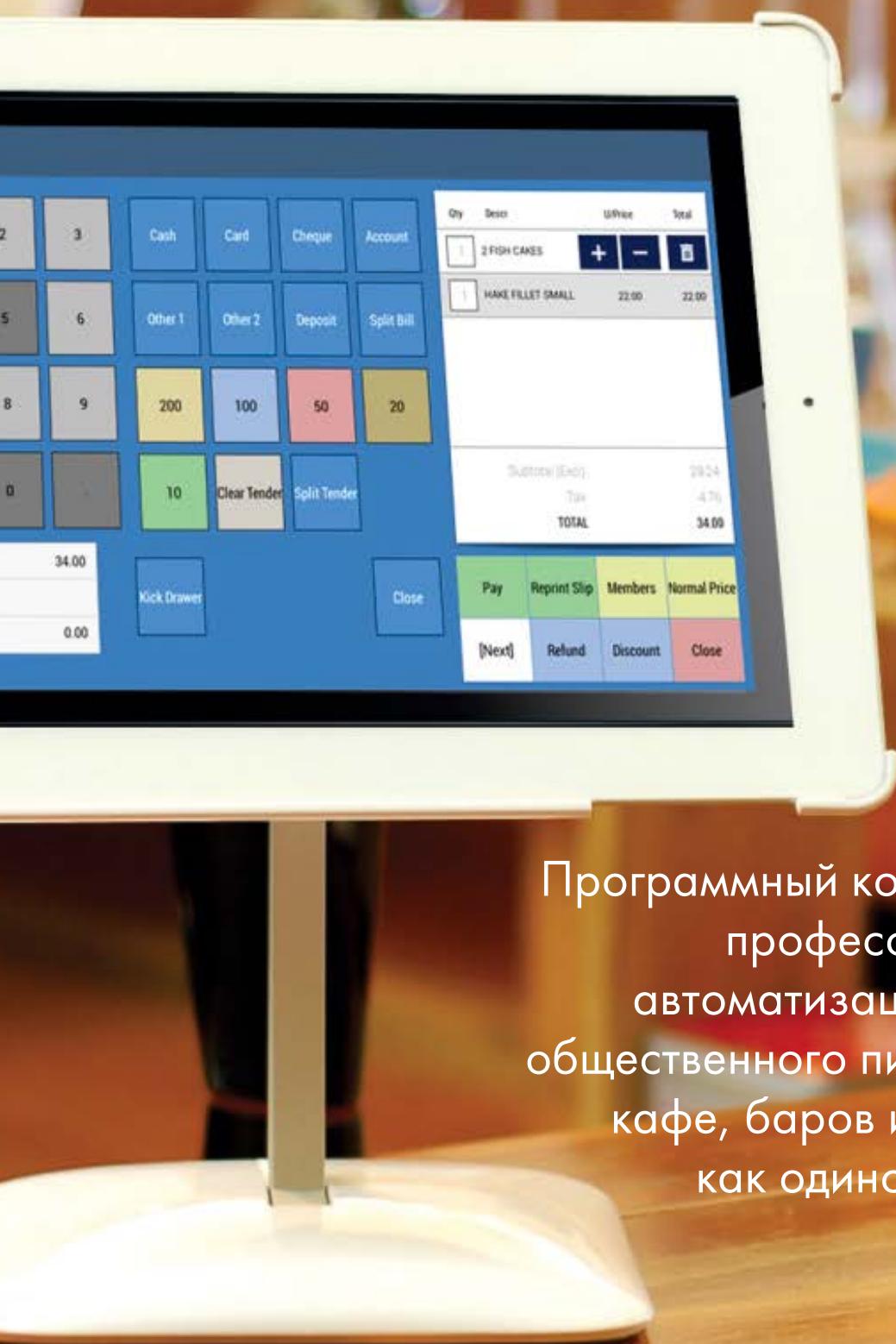
Проверенное сотрудничество
с лучшими ресторанами Узбекистана

Наши контакты:
Ориентир: г. Ташкент, ул. Садыка Азимова
Телефоны: 1-ая Правительственная Поликлиника
(71) 232-22-33, (90) 974-22-33
E-mail: profposuda.co@gmail.com



R-keeper

СОВРЕМЕННАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
СИСТЕМА АВТОМАТИЗАЦИИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
В УЗБЕКИСТАНЕ



Программный комплекс R-Keeper™ -
профессиональная система
автоматизации для предприятий
общественного питания: ресторанов,
кафе, баров и других заведений,
как одиночных так и сетевых.



АССОЦИАЦИЯ
ПОВАРОВ
УЗБЕКИСТАНА

Редакционный совет:

Усманов Мирабор Зуфарович –
председатель редакционного совета.
Умаров Акбар Хамдамович – заместитель
председателя.
Члены редакционного совета:
Ходиев Б.Ю.; Шайхов А.Э.; Аллабергенов А.А.;
Усманов Б.; Косимов М.; Хусамитдинов Р.;
Ахроров У.Б.; Боголюбова Т.В.; Даминов У.Х.
Руководитель проекта – Аюпов Б.Т.
Главный редактор – Ахмедова И.А.
Административная поддержка – Адилов А.Х.
Менеджер - Абдураимова С.О.
Фото – Бахадыров А.Р.
Верстка и дизайн – Силенко О.А.
Дизайн рекламы – Темникова И.С.

По вопросам размещения рекламы
и других публикаций обращаться
по тел: +(998 95) 169-69-16,
+(998 71) 265-27-71
E-mail: horeca@chefs.uz

Журнал зарегистрирован в Агентстве
по печати и информации Республики
Узбекистан 06 августа 2014 года.

Регистрационное свидетельство № 0837
Учредитель – Ассоциация поваров
Узбекистана.

Журнал выходит один раз в месяц.
Выпуск №4 (20). Тираж: 2000 экз.
Объем: 8 п.л.

Мнение редакции не всегда совпадает
с мнением авторов.

Присланные рукописи не рецензируются
и не возвращаются.

Перепечатка материалов журнала
допускается только с письменного
разрешения редакции.

Все рекламируемые товары и услуги имеют
необходимые лицензии и сертификаты.

Подписной индекс журнала в каталоге:
Для физических и юридических лиц – 1015;
«Матбуот таркатувчи» – 233-12-53

E-mail: horeca@chefs.uz
press@chefs.uz

Электронная версия Ногеса
www.chefs.uz/horeca

Наш адрес: 100056, г.Ташкент,
ул. Олтин-Тепа, 354

Тел: +(998 71) 265-27-71

Факс: +(998 71) 266-77-78

Отпечатано в ООО «Колор Пак», г. Ташкент,
Яшнабадский р-н, ул.Эльбек, 8А

Подписано в печать: 31.03.2016

Заказ №

©Ассоциация поваров Узбекистана, 2016

Апрель 2016

Новости 4

Продукты и бренды 7

Arb.uz: Правильный выбор.

События 8

Жерар Канья. Навруз с французским вкусом.

Гостиница 10

Оценка доходности гостиничного
предприятия.

Национальное достояние 14

Навруз в горном Байсуне.

Рецепты 18

Рецепты от Международного Центра
Узбекского Кулинарного Искусства.

Мастер-класс 22

От Валижона Шамсиева.

Restотренинг 24

Кейтеринг: Создаем банк проблемных
ситуаций.

Ингредиенты 27

Болгарский перец.

Мнение эксперта 28

Равшан Салиев.

10

Оценка доходности
гостиничного
предприятия.



14

Навруз
в горном
Байсуне.



18

Рецепты от
Международного
Центра Узбекско-
го Кулинарного
Искусства.



УЗБЕКСКИЕ ПОВАРА ПРОВЕЛИ МАСТЕР-КЛАСС В КИЕВЕ



18 марта 2016 г. в мероприятии организованном дипломатическим представительством Республики Узбекистан в Киеве, совместно с Ассоциацией поваров Узбекистана приняли участие представители Кабинета Министров, МИД, Минкультуры, Городской администрации, дипломатического корпуса, диаспоры, студенты и те, кто интересуется узбекской историей и культурой, всего более 600 человек.

Узбекские повара продемонстрировали перед собравшимися приготовление различных блюд и салатов, поделились рецептами национальных блюд. На столах было представлено большое количество хлебобулочных изделий (жареные пельмени, манты, самса, чак-чак, пахлава и др.).

Посетители узбекского уголка смогли попробовать экзотические блюда, пообщать-

ся с поварами, выстраивались в длинную очередь, угощались узбекским пловом, отведали блюда национальной кухни (самса, чучвара, манты, чак-чак и др.), посмотрели концерт с номерами «Тановор» и «Баёт» от танцевальной группы «Росток», имели возможность приобрести национальные узбекские сувениры и блюда национальной кухни.

Жители Киева и гости мероприятия поблагодарили организаторов за то, что они перенесли из солнечного Узбекистана этот праздник в украинскую столицу. Украинские кулинары отметили, что узбекская кухня имеет глубокую историю, тесно связана с узбекской культурой, языком и традициями. Видимо по этому сегодня узбекская кухня является своеобразным брендом и в Украине. По словам экспертов, посещение узбекской кухни в Украине - это хороший повод для того, что бы познакомиться и подружиться с представителями разных национальностей, узнав при этом их обычай.

В заключение, приготовленные блюда смогли отведать все присутствующие, которые дали высокую оценку узбекской кухне при этом отметили, что националь-



ся с поварами, выстраивались в длинную очередь, угощались узбекским пловом, отведали блюда национальной кухни (самса, чучвара, манты, чак-чак и др.), посмотрели

концерт с номерами «Тановор» и «Баёт» от танцевальной группы «Росток», имели возможность приобрести национальные узбекские сувениры и блюда национальной кухни.

ная кухня и культура Узбекистана завоевывает популярность и уважение в мире. Для присутствующих на двух языках (украинский и английский) был распространен информационный материал об узбекской кухне.

КОНФЕРЕНЦИЯ R-KEEPER В УЗБЕКИСТАНЕ

12 марта в Ташкенте в отеле Lotte Tashkent City Hotel состоялась конференция «Эффективные инструменты управления и развития ресторана с применением систем автоматизации». Мероприятие, в котором приняли участие более 100 представителей ресторанных бизнеса, было организовано представительством UCS в Узбекистане компанией Rkeeper-Uzbekistan при партнерстве с открытым сообществом предпринимателей Узбекистана Business HUB и компаниями: CardParking, Qwerty.

Компанию UCS на конференции представили Елена Кондратова, аналитик IT-отдела, и Ольга Илайдинова, менеджер по работе с иностранными клиентами. Они рассказали о новых решениях в системе R-Keerper.

Каждый участник конференции, будь то начинающий ресторатор или эксперт в деле общепита, смог почтнуть для себя много полезной информации. Управляющим и



владельцам ресторанов были представлены: система резервирования столов, технология «Электронная печать», система Cash Management, динамические меню-борды, технология приема заказа в конце очереди, гостевой экран кассового терминала, киоск самообслуживания, технология «Электронная очередь». Кроме того, гости конферен-

ции имели возможность ознакомиться с новыми разработками в системе R-Keerper CRM и инструментами формирования аналитической отчетности, предлагаемые для оценки эффективности работы ресторана и принятия верных управленческих решений.

По словам Бориса Вафаева, популярного блогера, ведущего в Фейсбуке группы «Са-

марканд и самаркандцы» и «Рестораны и гостиницы Узбекистана: критика», одного из участников конференции, продвижение программного продукта вызывает восхищение. R-Keerper – отличный выбор как для ресторанов премиум класса, так и небольших точек общественного питания. Всем начинающим в ресторанном деле просто необходимо бывать на таких интересных и насыщенных информацией мероприятиях.

Спасибо всем партнерам и гостям конференции! Особую признательность компания UCS выражает профессиональной команде Rkeeper-Uzbekistan и ее бессменному руководителю Каҳрамону Шукржанову. Благодаря их активной работе на ресторанным рынке Узбекистана, за десять лет компанией автоматизировано более 600 точек общественного питания.

АВТОРСКИЕ ВСТРЕЧИ С ВЕДУЩИМИ РЕСТОРАТОРАМИ И ОТЕЛЬЕРАМИ УЗБЕКИСТАНА



В целях правильного формирования профессиональных навыков и знаний молодежи, Торгово-Промышленная Палата Узбекистана, Академия Ресторанного Бизнеса (ООО ТВА International), при содействии Комитета по развитию ресторанных и гостиничного бизнеса при ТПП Узбекистана, представляют вашему вниманию проект «Авторские



встречи с ведущими рестораторами и отельерами Узбекистана».

Основная суть проекта заключается в привлечении известных специалистов и профессионалов из действующих ресторанных и гостиничных проектов, с целью ознакомления молодого поколения (ученики профильных колледжей, студенты факультетов туризма, а также все заинтересованные лица) с практическими знаниями, навыками, правилами работы ресторально-гостиничного бизнеса.

Первая авторская встреча состоялась 22 марта в 17:00 в отеле Wyndham Hotel Tashkent.

Приглашенным гостем мероприятия стал известный ресторатор, управляющий партнер сети Караван Групп, Председатель Ассоциации рестораторов и отельеров Узбекистана - Тимур Мусин.

В мероприятии приняли участие: студенты, представляющие более 10 университетов Узбекистана, учащиеся колледжа туризма, других колледжей и лицеев, представители ресторанных бизнеса, и заинтересованные в открытии собственных ресторанных проектов, представители ТПП Узбекистана, Ассоциации поваров Узбекистана, руководители крупных компаний, журналисты.

Открыл мероприятие Председатель Комитета по развитию ресторанных и гостиничного бизнеса при ТПП Узбекистана, руководитель Академии Ресторанного Бизнеса - Тимур Абдуллаев.



С приветственной речью выступил Председатель Торгово-промышленной палаты Узбекистана Алишер Эркинович Шайхов.

Презентация Тимур Мусина длилась 2 часа, которые были заполнены богатым информационным и презентационным материалом, а также разделом вопросы и ответы, где все желающие из зала могли задать интересующие их вопросы приглашенному гостю «Авторских встреч с известными рестораторами и отельерами Узбекистана».

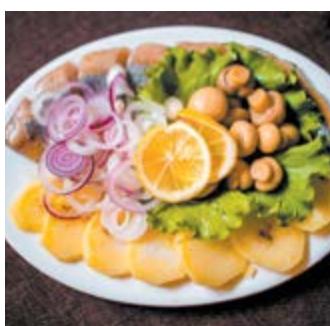
В завершающей части мероприятия, был презентован проект ТПП Узбекистана «Стартап Инициативы», в рамках которой, студенты презентовали свои идеи в области ресторанных бизнеса и смогли получить рекомендации от экспертов и профессионалов.

В МАРТЕ В РЕСТОРАНЕ «ТРИ МЕДВЕДЯ» ПРОШЕЛ ВЕСЕЛЫЙ И ЗАДОРНЫЙ ПРАЗДНИК МАСЛЕНИЦЫ!

В самое солнечное и блинное воскресенье всех посетителей радовали скоморохи, костер, цыганский ансамбль, веселые



конкурсы и конечно же щедрые угощения. Гости мероприятия смогли попробовать исконные русские традиционные блюда Масленицы: блины с разны-



ми начинками, супы и вторые блюда целенаправленно готовящиеся на Масленицу приготовленные шеф-поваром ресторана Хазиповой Лолой. В конце праздника сожгли чучело зимы. Празднование Масленицы в ресторане будет проводиться каждый год.

Издревле Масленица является одним из самых веселых и раздольных русских праздников, она несет атмосферу предельной раскрепощенности, всеобщей радости и веселья. В Масленицу народ старается набраться сил, энергии и задора после долгой зимы.



ряетесь с ценами и количеством заказанного... нажимаете кнопку. Все! Ваш горячий обед будет на вашем столе в исключительно короткий срок.

Лучше один раз увидеть, чем сто раз прочитать

Приложение оснащено фотографиями отличного качества. Их действительно много – по каждому из объектов. Будьте уверены, пользуясь приложением, вы прекрасно разберетесь и в расстановке столовиков в залах ресторана, и в позициях меню, и в общей атмосфере заведения.



ARB.UZ: ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР

Среди тысяч приложений, которые мы можем «носить» в своем телефоне, обязательно найдутся и самые любимые. Причины, по которым мы выделяем их в собственном списке, разные. Но главная из них, пожалуй, особая «нужность».

Как правило, все мы, современные жители мегаполиса, не только много и хорошо работаем, но и отдохнуть тоже стараемся как минимум равнозначно. Рестораны, кафе, бары, пабы – количество заведений, создаваемых для того, чтобы разнообразить наш с вами досуг, в последнее время растет чуть ли не в геометрической прогрессии. Как выбрать «правильное» место? Как не разочароваться и получить настояще удовольствие от интерьера, меню, сервиса? Как узнать, подходит ли новое заведение для вашей семьи или круга друзей? В конце концов, как решить – на что лучше потратить свое драгоценное время?

И если среди ваших знакомых уже кто-то использует Arb.uz, уверены, вы уже знаете массу причин, которые говорят в пользу этого уникального в своем роде мобильного приложения.

Что такое Arb.uz?

Это мобильный поиск ресторанов и кафе на карте Ташкента и других крупных городов Узбекистана. Удобный, расширенный, но компактно «упакованный», логически продуманный и, что немаловажно, оснащенный привлекательным интерфейсом.

Что для нас остается важным при выборе того или иного заведения? Наши гастро-нические пристрастия, стиль отдыха, место

расположения ресторана, общая атмосфера. Все это мы видим при первом же знакомстве с приложением. В перечне – популярнейшие заведения Ташкента и областей, а также действительно нужная информация о них: кухня, меню, услуги доставки плюс такие немаловажные факторы как наличие зоны Wi-Fi, детского уголка и живой музыки. Кстати, пользуясь Arb.uz, вы легко забронируете столик в пару кликов. Причем, выбрав удобное для вас место и даже получив полное представление о том, где и как расположитесь. Подтверждение вашей брони вы получите в виде звонка от ресторана в течение получаса.

Всего несколько минут занимает поиск нужных параметров: вы лишь выбираете подходящую категорию. А выбирать есть из чего: от узбекской, турецкой или итальянской кухни до суши, от бизнес-ланчей до караоке, от баров и пабов до ресторанов при отелях. Стейки, кофе, мороженое и коктейли, шашлыки и фаст-фуд, пицца, морепродукты и food-court чередуются с категориями «Завтрак», «Ночная жизнь» или «На открытом воздухе», а сети известных ресторанов со-существуют с заведениями в стиле «романтик».

Отличная функция – «Доставка», представляющая из себя практически натуральный «эффект присутствия» в кафе. Вы выбираете меню, наполняете виртуальную корзину, све-

К вашим услугам не просто фото отдельных уголков кафе или бара, но и полный панорамный обзор в 360 градусов – эффект, который порадует многих искушенных любителей «посидеть красиво». Панорама работает в двух вариантах: можно «прокручивать» пальцем, либо просто поворачивать экран телефона. Впечатление, поверните, потрясающее! Полное ощущение присутствия в зале ресторана, когда вы можете видеть абсолютно все и с разных точек.

Еще одна весьма удобная функция «закладки» в приложении Arb.uz – возможность добавлять любимые объекты в «Избранное». Стабильность – одна из положительных черт вашего характера, и чаще всего вы остаетесь верны определенным местам отдыха? Просто «захватите» дорогое сердцу кафе или ресторан в специальном разделе и в дальнейшем бронируйте столик всего в пару кликов.

Для охотников за впечатлениями в приложении существуют такие подразделы как «Новые заведения» или «Тренды недели». Знакомьтесь, пробуйте, наслаждайтесь.

В условиях ограниченного времени, как это часто случается в нашем современном рабочем ритме, карты мобильного приложения помогут определиться с объектами, расположеннымными поблизости или просто «проложить» кратчайший маршрут до выбранного ресторана или кафе. Кстати, кнопка вызова такси – еще один полезный и часто используемый потребителями бонус.

Насколько этот сравнительно молодой проект (приложение появилось чуть менее года назад) станет незаменимым и будет лучшим в своем сегменте – покажет время. Но уже на сегодняшний день статистика просмотров и количество подписчиков растет с завидной скоростью. А значит, у Arb.Uz есть все шансы для того, чтобы стать приложением номером один в телефоне современного жителя большого города. Жителя активного, делового, предпочитающего верные и динамичные решения, в том числе, и в сфере отдыха.

Приложение доступно для iOS и Android. Чтобы найти приложение наберите в поиске Apple Store или PlayMarket: arb.uz.

ЖЕРАР КАНЬЯ

Навруз с французским вкусом

В Ассоциации поваров Узбекистана прошел мастер-класс от шеф-повара французской кухни, обладателя 2-х звезд Мишлена Жерара Канья. Мастер-класс проводился в рамках праздника «Вкус Франции», который ежегодно организуется МИД этой страны. Идея заключается в том, чтобы по всему миру отдать честь французской кухне и наступлению весны. Поэтому одновременно 21 марта 1500 ресторанов в разных странах готовят французские блюда. Среди них уже второй год подряд участвуют и рестораны Узбекистана, совместая, таким образом, два праздника – «Вкус Франции» и традиционный, любимый Навруз. И второй раз в Узбекистан приезжает месье Канья, который вместе со своей ассистенткой Элоизой Монзиес посетил Ассоциацию поваров Узбекистана.

Текст: Абдураимова Сайма

Жерар Канья начал работать подмастерьем повара в 14 лет в знаменитом ресторане Франции «Maxim's», а уже в 18 лет достиг звания шеф-повара. В 1968 году он открыл собственный ресторан «Relais Sainte-Jeanne», в котором проработал 40 лет. В 1974 году Жерар Канья получил первую звезду Мишлена, а в 1985 – вторую. «Для меня кулинария – это не просто процесс приготовления еды. Для меня это вдохновение, творчество» – признаётся мастер. Этую любовь к кулинарному творчеству унаследовали и четверо его детей, которые пошли по его стопам и являются ведущими поварами не только во Франции, но и в Шотландии, и в Канаде. Помимо основного, любимого дела, Жерар Канья является наставником, воспитавшим многих учеников, а также как многогранная личность, преподает теологию и историю.

Приезжая второй год подряд в Узбекистан, месье Канья, по его признанию, испытывает очень тёплые чувства к нашей стране и её народу. «То, как ваш народ накрывает стол, ждёт гостей, – говорит он – просто не поддаётся описанию. Щедрость, жизнерадостность и любовь – вот то, что присуще каждому узбекистанцу, и это ощущается во всём, в том числе и в гастрономическом аспекте». Не случайно именно в Узбекистане в этот свой приезд Жерар Канья отметил свой юбилей – 70-летие. А уж узбекистанские повара пора-



довали дорого гостя не только местными национальными блюдами, но и большим тортом с символом Франции – Эйфелевой башней.

Показывая свое мастерство в приготовлении блюд, Жерар Канья старался обращать внимание присутствующих не только на тонкости и нюансы, которые необходимо учитывать при работе с теми или иными про-

дуктами, но и говорил об общих вопросах кулинарии, делился своим опытом и секретами своей профессии. «Главное в кулинарии – подчеркнул он, – точность движений и сила в руках, которые достигаются тщательной выверенностью балансировки тела. И при этом необходима своего рода элегантность в движениях повара».





Когда же заявленные блюда были готовы, Жерар Канья приятно удивил участников мастер-класса своим заявлением: « В своей практике я использую белую посуду, потому что помимо вкуса и аромата еды, на ней ярче проявляется внешняя красота приготовленного блюда. Но мне очень понравилась местная национальная керамическая посуда, поэтому сегодня я изменю своему принципу и выложу все три блюда на вашу керамику». Таким образом, он продемонстрировал уже первую точку соприкосновения французской и узбекской культур кулинарного искусства.

Когда мастер-класс был закончен, мы задали маэстро Канья несколько вопросов:

– Скажите, месье, как возникло Ваше сотрудничество с узбекскими ресторанами?

– Я уже два года сотрудничаю с сетью ресторанов Caravan. Мне нравится, что повара сети ресторанов Caravan хотят совершенствовать своё мастерство, поэтому они попросили меня приехать. Я готов к тому, чтобы стать своеобразным мостиком между узбекскими и французскими поварами.

– Может ли родиться что-нибудь новое на стыке французской и узбекской кухонь?

– Может. Я, например, уже пользуюсь в своей работе такой замечательной узбекской приправой как зира. Мне очень нравится то, какой аромат она издает. Этот аромат придает неповторимый вкус всем приготавливаемым блюдам.

– А какие блюда узбекской кухни Вам удалось попробовать? И какие из них Вам понравились?

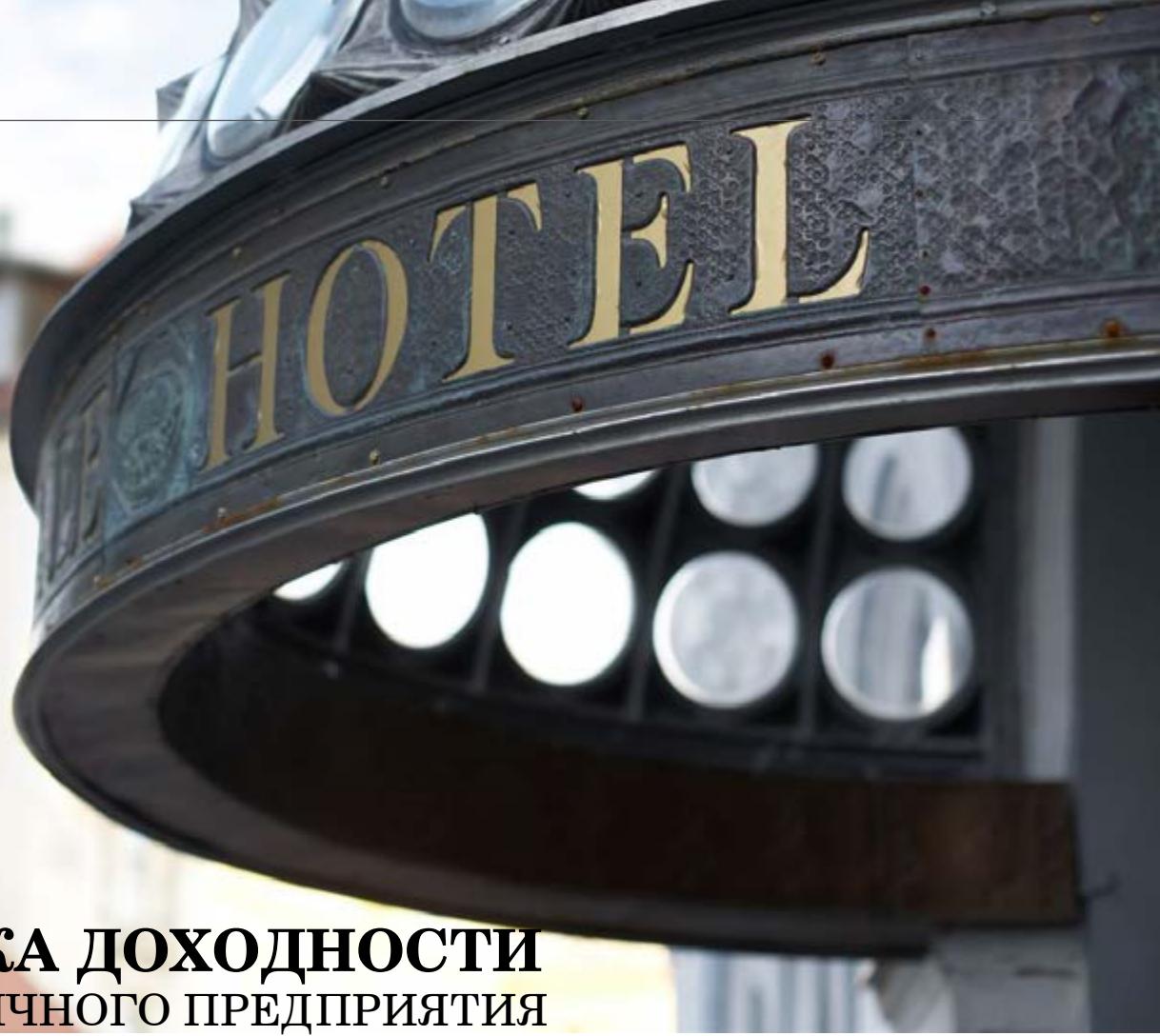
– Узбекская кухня по праву считается богатой и разнообразной. Я попробовал ваши шашлыки, сузму, салат «качик-чучук». Мне очень симпатичен узбекский стол, то, как его сервируют. Но моё любимое блюдо – плов. Для меня плов – как символ Узбекистана.

– Вы хотели бы научиться его готовить?

– Я уже видел, как он готовится. Продолжный раз, когда я был в Самарканде, мне показывали весь процесс приготовления. Для меня это магический процесс. Если я решу его приготовить, я приготовлю. Но, может быть, я добавлю в него что-то свое. И, наверное, я приготовлю плов в свой следующий приезд.

– Что бы Вы хотели пожелать узбекским поварам?

– Я был счастлив провести эту презентацию, этот мастер-класс. Я хочу пожелать вашим поварам творческого подхода к своему делу. Каждый повар должен быть как спортсмен-марафонец в забеге – выносливый и сильный. Он должен уметь собираться и расслабляться в процессе работы. Я желаю всем никогда не останавливаться на достигнутом и совершенствовать свое мастерство постоянно.



ОЦЕНКА ДОХОДНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Любая гостиница представляет собой некую систему связанных между собой элементов, действующих как единое целое при решении задач и достижении поставленной цели. Главной целью инвесторов и девелоперов является возвращение инвестиций и получение прибыли от отеля. Но для того, чтобы не разочароваться в своих вложениях, на первоначальном этапе необходимо грамотно провести оценку доходности гостиницы.

ОЦЕНКА ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ РЯД МЕРОПРИЯТИЙ:

- проведение анализа состояния рынка, конкуренции и своей позиции на рынке;
- определение основных целей на рассматриваемый период (рост загрузки, повышение рентабельности, проведение реконструкции и т. д.);
- разработка стратегии по достижению этих целей;
- разработка контрольных показателей эффективности работы как отеля в целом, так и его подразделений;
- подготовка прогнозного бюджета доходов и расходов.

Прогнозный бюджет доходов и расходов есть результат выполнения всех перечисленных мероприятий. Это документ, который содержит плановые показатели деятельности, скоординированные по всем структурным подразделениям:

- Показатели, характеризующие отель.
- Классификация отелей.
- Событийный календарь.

При проведении экспресс-оценки доходности первое, что нужно учесть, это тип отеля в разрезе различных подходов к классификации отелей. Отели различаются:

- по типологии (отель, мотель, апарт-от-

ель, отель-гарн, отель-пансион, отель-СПА, гостиный двор, ротель, флотель, флайтель, туристическая деревня, туристический лагерь);

- по специализации (бизнес-отель, туристический отель, конгресс-отель, транзитный отель, спортивный отель, клубный отель);
- по классности (система «звезд», по ВТА, система корон и т. д.);
- по вместимости, номерному фонду (малые — до 50 номеров; средние — от 50 до 200 мест; крупные — свыше 200 мест);
- по месту расположения (городской, за-городный, курортный отель);
- по среднему времени пребывания гостя в отеле (резидентские, семейные, для приезжающих).

Далее нужно оценить зоны доходности отеля и изучить событийный календарь местности. Событийный календарь местности составляется на год с учетом событий, происходящих в месте расположения отеля (проведение выставок, ежегодных конференций, праздников и т. п.), и влияет на его загрузку. Именно в календаре отражается высокая и низкая сезонность для данного отеля. Проведя анализ событийного календаря и оценив динамику изменения за-

грузки отеля в прошлом, можно продумать необходимые мероприятия по увеличению загрузки.

На основе событийного календаря создается календарь ежедневной загрузки номерного фонда, в котором учитываются различия в загрузке отдельных категорий номеров гостиницы. И уже на его основе вычисляется среднемесячный (годовой) процент загрузки номерного фонда и плановый средний тариф.

Выделение зон доходности (т.е. основных источников доходов отеля) позволяет оценить структуру доходов отеля в целом и величину доходов от дополнительных услуг. Остановимся на этом этапе экспресс-оценке подробнее.

ЗОНЫ ДОХОДНОСТИ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Отельный бизнес характеризуется высокой степенью разделения центров доходов и затрат. Поэтому оценка доходов и расходов ведется в разрезе центров финансовой ответственности. Все службы отеля можно отнести либо к центрам доходов, либо к центрам затрат. Так, к центрам доходов (или зонам доходности, которые формируют доход отеля) относятся:

- номерной фонд;
- рестораны, бары, кафе (F&B);
- оздоровительные центры (SPA/ салон красоты/ парикмахерская/ бани, сауны/ бассейн);
- торговые помещения, конференц-залы, переговорные — сдаваемые в аренду;
- бизнес-услуги (услуги переводчика, ксерокс, факс и т. п.);
- телекоммуникационные услуги (телефон, Интернет, платное ТВ);
- химчистка/прачечная;
- прокат;
- прочее.

Центры затрат отеля непосредственно не участвуют в обслуживании клиентов гостиницы, а осуществляют поддержку производственных департаментов. К центрам затрат относятся:

- администрация отеля;
- департамент продаж и маркетинга;
- технический департамент;
- отдел кадров;
- финансовый отдел;
- служба безопасности.

Рассмотрим подробнее параметры, характеризующие зоны доходности, так как они используются для оценки дохода той или иной службы.

ЗОНА ДОХОДНОСТИ «НОМЕРНОЙ ФОНД»

Доходы номерного фонда включают доходы, получаемые в результате сдачи номеров отеля всех категорий в наем на определенный период времени. Эта зона доходности характеризуется следующими параметрами:

- размер номерного фонда (количество номеров);
- процент загрузки отеля;
- количество дней работы отеля в периоде (это важно, если свою деятельность отель начинает не с начала календарного года/ месяца);
- среднее количество проживающих в номере;
- прайс-лист на проживание (в разбивке по категориям номерного фонда);
- площадь номерного фонда.

При расчете дохода от проживания используется прайс-лист для различных категорий номеров с учетом сезонности. В зависимости от типа и модели гостиницы в стоимость проживания могут быть включены так называемые «пакетные услуги»: завтрак, полупансион, пансион, медицинский пакет, спорт-пакет, посещение бассейна и фитнеса. Значения различных показателей, характеризующих отели, в зависимости от места расположения представлены в таблице.

Кроме того, нужно учитывать особенности изменения тарифов по дням недели в зависимости от места расположения отеля. Так, например, в городских отелях более высокие цены устанавливаются в будни и период выставок. Если цену выходного дня принять за базовую, то цена в будние дни будет выше на 15%, а в выставочные — на 30%.

В прайс-листе загородного отеля будут цены с точностью «дооборот»: низкие цены буднего дня и более высокие в выходные, праздничные и каникулярные дни. Цена в выходные дни составит около 130% от цены буднего дня, а в праздничные и каникулярные возрастет до 135%.

Другую волну имеют курортные отели. Для них выделяют низкий, средний и высокий сезоны. Рост цены в средний сезон по сравнению с низким составляет +35%, а в высокий +100%.

Различно и среднее количество проживающих в номере для отелей разных типов. В городских отелях это 1,2-1,4 человека на номер, в загородных — 1,8-2,4. Для курортных эта величина изменяется в зависимости от сезона: в низкий сезон она составляет 1,4-1,8 человека на номер, в средний и высокий сезон — 1,8 — 2,4.

Таким образом, общий доход номерного фонда (Rev(N)) может быть рассчитан по формуле:

$$\text{Rev}(N) = \text{Rev}(N)_1 + \text{Rev}(N)_2 + \dots + \text{Rev}(N)_n,$$

где $\text{Rev}(N)_n$ — доход за проживание n -ой категории номеров, который рассчитывается по формуле:

$$\text{Rev}(N)_n = \text{количество дней} * N_n * Q\% * ADR,$$

где N_n — количество номеров n -ой категории;

$Q\%$ — загрузка номеров n -й категории;
 ADR (Average daily room rate) — средняя цена (тариф) проданного номера.

Для расчета среднего тарифа n -ой категории номеров (ADR_n) выведена следующая зависимость:

$$ADR_n = (2 - q) * \text{Цена } n\text{-ой категории на однومестное проживание} + (q - 1) * \text{Цена } n\text{-ой категории на двухместное проживание},$$

где q — среднее количество проживающих в номере.

Такая зависимость позволяет учесть соотношение продажи номеров с одноместным и двухместным проживанием в номерном фонде n -ой категории.

ЗОНА ДОХОДНОСТИ «РЕСТОРАНЫ, КАФЕ, БАРЫ (F&B)»

Доходы службы ресторанов и баров классифицируются по пунктам реализации — лобби-бар, ресторан для завтраков, вечерний ресторан, обслуживание в номерах, мини-бары и т. д. Сюда же относятся доходы от организации банкетов, торжеств и других аналогичных мероприятий. Таким образом, общий доход службы питания отеля состоит из трех частей:

- доход от реализации питания, включенного в стоимость проживания («пакетное питание»);
- доход по меню a la carte;
- доход от проведения банкетов.

Значения показателей отеля в зависимости от места его расположения

Показатель	Городской	Загородный	Курортный
Период высокого/среднегоСезона	будни, выставочные	выходные, праздничные, каникулярные	май-сентябрь
Период низкого сезона	выходные, праздничные		январь-апрель, октябрь-декабрь
Рост цен на проживание по отношению к минимальным ценам, %	15-30	30-35	35-100
Среднее количество проживающих в номере	1,2-1,4	1,8-2,4	1,4-1,8 (низкий сезон), 1,8-2,4 (высокий сезон)
Пакеты, включенные в проживание	Завтрак	Полупансион (завтрак, обед)	В зависимости от сезона: завтрак, полупансион, пансион, мед-пакет
Ограничение на длительность проживания	нет	нет	в сезон — кратность неделе
Гости отеля, посещающие рестораны, бары отеля, %	30-40	95	в зависимости от расположения отеля от 30 до 70
Гости отеля, посещающие оздоровительный центр, %	20	25-30	25-30
Типичная среднегодовая загрузка	65%	85%	40-55%
Среднегодовая рентабельность	42%	35%	до 30%

ГОСТИНИЦА

Эта зона доходности характеризуется:

- количеством ресторанов, кафе, баров;
- количеством посадочных мест;
- средним чеком по каждой точке продаж (средняя стоимость заказа, который обычно делает один человек);
- посещаемостью точек продаж (человек в день):
 - посещаемостью ресторанов, баров, кафе гостями отеля (*in side*)
 - посещаемостью ресторанов, баров, кафе

Доход точек F&B от меню *a la carte* расчитывается следующим образом:

$Rev(F&B) \text{ a la carte} = \text{Количество гостей проживающих в отеле за период} * \% \text{ Попсещаемости гостями отеля точек F&B (in side)} * \text{Средний чек} + \text{Количество сторонних посетителей (out side)} * \text{Средний чек}$

Зная количество ресторанов, кафе и баров в отеле и рассчитав доход каждого из них, получим общий доход службы F&B отеля.



сторонними посетителями (*out side*)

- количеством проживающих в отеле;
- ценой пакетного питания, включенного в стоимость проживания.

Кроме того, доход от F&B можно разделить на два потока: доход от проживающих в отеле (*in side*) и доход от сторонних посетителей (*out side*). Формирование дохода двух этих потоков имеет специфику, особенно ярко проявляющуюся при сравнении городских и загородных отелей.

Как правило, в стоимость проживания в городском отеле включен только завтрак, а в загородных отелях — полупансион (завтрак, обед). В обоих случаях эта составляющая дохода службы F&B стабильна и рассчитывается по формуле:

$Rev(F&B)\text{пакет} = \text{Количество гостей, проживающих в отеле за период} * \text{Цена пакета питания, включенного в проживание}$

Расчет дохода точек F&B от меню *a la carte* базируется на оценке посещаемости ресторанов и сумме среднего чека. При этом посещаемость ресторана или бара связана с местом расположения отеля. Для загородных отелей гарантировано посещение ресторана в вечернее время 95% гостей отеля. Поток сторонних посетителей столь незначителен, что при проведении экспресс-оценки его можно не учитывать. Другая ситуация по городским отелям: согласно статистике 30-40% проживающих в городском отеле пользуются услугами ресторанов, баров отеля. В то время как доход от сторонних посетителей может составлять до 70% дохода ресторана и зависит от популярности данного места в городе. Кроме того, в городских отелях, как правило, хорошо развита банкетная служба, и доход от нее значительный.

▪ средняя стоимость процедур, оказываемых в кабинете;

- средняя длительность процедур, оказываемых в кабинете;
- загрузка кабинета (процент фактически оказанных процедур от максимально возможного количества).

Доход данного направления определяется в большей степени не загрузкой самого отеля, а скорее уровнем дохода гостей и уровнем предлагаемых услуг.

Максимальный доход оздоровительного центра ограничен временем работы, количеством рабочих мест и длительностью оказываемых услуг. Например, если средняя длительность процедуры, оказываемой в кабинете, составляет 30 минут, а кабинет работает 10 часов в день, то максимальное количество процедур, которое может оказать специалист составит 20 (10 часов / 0,5 часа). Рассчитав по прайс-листу среднюю стоимость процедуры и умножив ее на количество процедур, получим максимально возможный доход кабинета при его 100% загрузке:

$Rev(\text{ОздЦентра}) = \text{Количество дней в периоде} * \text{Количество рабочих мест} * \text{Максимальное количество процедур, которое может быть оказано одним специалистом} * \% \text{ загрузки кабинета}$ Средняя стоимость процедуры, оказываемых в кабинете, где Максимальное количество процедур = Количество



ЗОНА ДОХОДНОСТИ «ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР»

Доходы оздоровительного центра включают в себя доход, полученный от продажи клубного членства и платы за разовые посещения, а также от реализации сопутствующих товаров (косметики, одежду для ухода, спортивного инвентаря и т.п.). В отелях, располагающих СПА-центрами и предоставляющих расширенный спектр услуг и оздоровительных процедур, доля доходов оздоровительного центра занимает вторую или третью позицию после доходов номерного фонда и службы питания.

Для расчета дохода оздоровительного центра используются следующие показатели:

- часы работы центра;
- количество кабинетов и рабочих мест в них;
- перечень процедур, оказываемых в кабинете;
- прайс-лист на услуги с указанием продолжительности процедур;

рабочих часов в день/ Средняя длительность процедуры кабинета

Для городского отеля данное направление, так же как и F&B, должно рассматриваться как отдельный вид бизнеса. Услугами оздоровительного центра в городском отеле пользуются не более 20-30% гостей. При планировании данного направления в городском отеле необходимо проводить маркетинговые исследования в части восребованности городом данного вида услуг, поскольку именно горожане составляют основной поток посетителей.

В загородных отелях, где посетителями являются практически только гости отеля, наличие такого направления разумно только при определенном размере номерного фонда. Например, для СПА-центра с десятью кабинетами (по одному рабочему месту), минимальный размер номерного фонда можно рассчитать следующим образом:

1) определим количество гостей, которое обеспечит загрузку оздоровительного центра в 40%:

Искомое количество гостей = 10 кабинетов × 9 процедур × 40% / 25% = 144, где 9 процедур — максимальное количество процедур в кабинете, 25% — процент посещаемости СПА- центра гостями отеля. То есть, 144 гостя должны ежедневно присутствовать в отеле.

2) определим номерной фонд, при котором в отеле ежедневно будет присутствовать необходимое число гостей.

При двухместном размещении и загрузке отеля 65% номерной фонд должен составлять не менее $144 / 2 / 65\% = 111$ номеров.

У курортных отелей возникает дополнительный нюанс, связанный с большой разницей в цене услуг в высокий и низкий сезоны.

Доход сауны и бани рассчитывается как процент от максимально возможного дохода. Максимальный доход рассчитывается исходя из стоимости одного часа использования бани/сауны и количества рабочих часов.

Стоимость услуг фитнеса и бассейна для загородных и курортных отелей разумно включать в стоимость проживания путем ее

увеличения. Так как при оплате разового посещения (даже по более высокой цене) доход будет ниже, поскольку только 20% гостей пользуются данным видом услуг.

ДОХОДЫ ОТ ПРОЧИХ УСЛУГ

Многие отели стремятся диверсифицировать спектр предоставляемых услуг. Для этого гостиница может сдавать помещения в аренду, предоставлять за отдельную плату услуги связи, Интернет, оборудование для проведения конференций и деловых встреч. Сюда же относятся доходы, получаемые отелем от продажи экскурсионных программ, различных билетов, от предоставления транспорта клиентам, услуг прачечной/химчистки, ремонта одежды и т. п.

При планировании доходов от прочих услуг нужно учитывать особенности предоставления каждой из них.

Планирование доходов от торговли напрямую связано с тем, сдает ли отель торговые площади в аренду, либо продает товары через собственные службы (товары первой необходимости — на ресепшин, косметические средства — в салоне красоты, сувениры — в минимагазине и т.д.). В первом случае доход планируется по статье «Аренда», а во втором — доход от продажи

стола незначителен, что целесообразнее не выделять его отдельно, а учитывать в составе «Прочих услуг».

Для всех типов отелей следует обратить внимание на наличие оснащенных конференц-залов, переговорных и бизнес-центров. Наличие сопоставимых размеров номерного фонда, ресторанов и конференц-залов позволит отелю принимать корпоративные группы. Хорошо развитое корпоративное направление позволит поддерживать загрузку номерного фонда на максимально возможном уровне. Это также определяет величину доходов от бизнес-услуг и аренды. Для целей планирования следует рассчитать среднее количество дней конференций в каждом месяце и его стоимость, которая включает:

- аренду помещения;
- прокат оборудования;
- прочие услуги (ксерокопирование, ламирование, брошюровка и т.п.)

На долю таких услуг, как прокат, телекоммуникационные услуги (телефон, интернет, платное ТВ), прачечная/химчистка и т. п. приходится не более 5% от общей величины получаемого дохода, поэтому их детальное планирование нецелесообразно и может быть спрогнозировано общей суммой.

АЗЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННЫМ БИЗНЕСОМ

**Международный центр Узбекского кулинарного искусства приглашает пройти курс повышения квалификации по программе
«Управление ресторанным бизнесом»**

**Продолжительность занятий:
5 дней**

**Время занятий группы:
с 10-00 до 13-00,
с 14-00 до 17-00**

По окончании курса слушатели получают сертификат центра

Информация по телефонам:
+998 71 265 27 71; +998 71 266 77 78
www.chefs.uz uz_cooks@mail.ru



Реклама
Услуги лицензированы

НАВРУЗ В ГОРНОМ БАЙСУНЕ

Байсун издревле славится своей живописной природой, уникальным фольклорным искусством и многовековыми традициями ремесленничества. Байсун – красочный уголок Сурханского оазиса, жители которого ежегодно с началом весны начинают готовиться к встрече Навруза. В этом сказочном и прекрасном kraе нашей страны прошел праздник красоты и обновления – Навruz.



Раз в году, в день наступления Навруза, жители Байсуна надевают на сайил старинные национальные костюмы, хранящиеся в семье и переходящие от поколения к поколению. Традиционно массово в этот день проходят разные конкурсы, соревнования, состязания.

Праздничный сайил – народные гуляния, приуроченные к Наврузу, начались на центральном стадионе «Алпомыш» с раздачи сумалака от одного из мобильных операторов Узбекистана. Вначале, вместе с жителями гузаров, в двух огромных казанах, варился сумалак под народные песни, традиционные танцы, конкурсы дизайна и обряда Келин–салом. Пока искусные повара мешали сумалак и гости загадывали свои желания, можно было отведать янтарный плов. С восходом солнца, гости с трепетом ждали открытие Сумалак, и радовались, увидев символичные рисунки. В Байсуне в казанах было солнце!

С раннего утра сюда стекались сотни людей с цветами и разноцветными шарами. Неподалеку от главной сцены были установлены юрты – традиционные дома чабанов-кочевников, украшенные пестрыми коврами, вышивкой, тканями, испокон веков изготавливаемыми в байсунских кишлаках, были накрыты праздничные дастарханы с национальными блюдами, выпечкой, другими лакомствами.

Гости сайила смогли отведать любое из угощений, посмотреть на выступления народных ансамблей, удивиться богатству национальной одежды и дать оценку поварам и кулинарам. Также демонстрировались изготовление шерстяной ткани, отделение хлопкового волокна от семян и получение муки на каменной мукомолке. Особенно большим спросом у детей и взрослых, пришедших на праздничные торжества, пользовался традиционный сумаляк.





Также на стадионе «Алпомыш» после концертной части прошли соревнования по курашу. На сегодняшний день этот вид спорта является одним из самых популярных в Узбекистане. Кураш собрал бойцов с различных регионов страны, где в честной и нелегкой борьбе побеждал сильнейший. Призеры состязаний были награждены призами и памятными подарками.

Кураш – это узбекское слово, а в переводе означает – «достижение цели честным путем». В древние времена Кураш был общественным физическим развлечением на традиционных праздниках, пирах и свадьбах. По последним данным научных исследований, возраст Кураша составляет, по меньшей мере, три с половиной тысячи лет.

- Легендарный эпос Альпомыш, появившийся тысячу лет назад, называет Кураш самым любимым и широко распространенным видом единоборства.

- Великий восточный ученый и мыслитель Авиценна, основоположник современной медицины, живший в X веке, пишет, что занятия Курашом являются одним из лучших способов поддержки здоровья тела и духа.

- В XIV веке Амир Тимур использовал Кураш для физической подготовки и самообороны своих солдат. Как известно, армия Тимура, захватившая полмира, так и осталась непобедимой.

Прошли века, и Кураш превратился в одну из самых любимых и чтимых традиций у народов, населявших территорию современного Узбекистана. На сегодняшний день по всему Узбекистану насчитывается более двух миллионов курашистов.

В Кураше запрещено ведение борьбы в положении лежа. Бороться можно только в стойке и разрешены исключительно броски и под-



НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОЯНИЕ



В 2000 году, благодаря совместным усилиям правительства Узбекистана, Национальной комиссии по делам ЮНЕСКО и Представительства ЮНЕСКО в Узбекистане, культурное пространство Байсана было признано со стороны ЮНЕСКО в качестве "Шедевра устного и нематериального культурного наследия человечества" (2001) в числе первых 19 номинантов (объектов культуры мирового сообщества). В 2008 году оно вошло в Репрезентативный список ЮНЕСКО нематериального культурного наследия человечества. Все это дало стимул к процессу всестороннего изучения, фиксации и сохранения народной культуры Байсана и его музыкальных традиций.



сечки. Применение любых ударных, болевых, удушающих приемов, а также захватов ниже пояса строго запрещено. Все это делает Кураш простым, понятным, зрелищным, динамичным и безопасным видом спорта.

Ярким завершением 2-дневного празднования стало «купкари» – традиционные конные состязания, которые прошли на зеленых холмах Байсана. Мужественные, удалые, отважные мужчины региона отбивали на лошадях добычу в надежде выиграть главные призы от спонсоров и хокимиата.

Купкари (улак, бузкаши) – традиционное конное состязание у народов Средней Азии. (В переводе с тюркского «куп» означает «много» и персидского «кари» – «дело, работа», т.е. «дело многих»). В Узбекистане состязание купкари еще называют улак.

Для подготовки к купкари с ранней весны коней кормят и тренируют по особому режиму. Ухаживает за ними сам хозяин или знаток конского дела. Коней, участвующих в купкари, берегут от холода и жары, не используют для тяжелой работы. Специальной породы лошадей для купкари нет, главное – масса, резвость и, как утверждают знатоки, ум коня. В купкари традиционно нет ограничения на число участников, поэтому участвуют все желающие, имеющие собственных коней. Хозяин коня может нанять специального наездника, с которым в случае успеха делит приз. Посостязаться в ловкости и умении держаться в седле выходят семейными кланами, целыми селениями и районами.





Для купкари наездники надевают защитные шлемы, стеганые ватные халаты и штаны. Поскольку во время соревнований джигиты, войдя в азарт, наносят друг другу удары кнутом, что не запрещено правилами состязания, то такая экипировка очень выручает всадника.

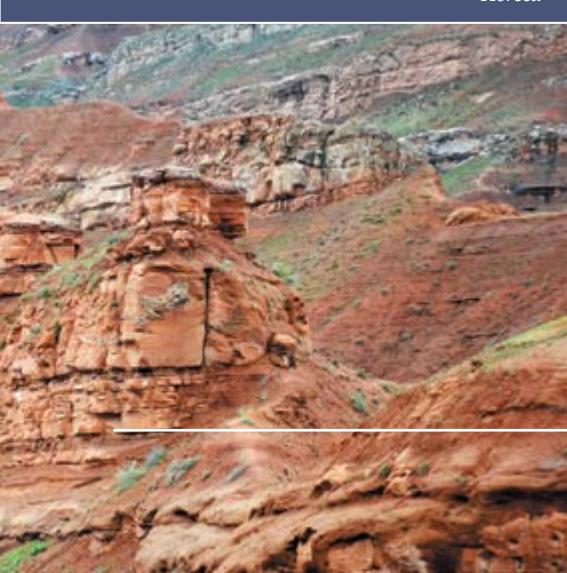
Суть состязания заключается в следующем – всадники выстраиваются в одну линию, на краю поля. По команде распорядителя – бака-улбаси, который бросает улак на землю, всадники срываются с места, и стараются схватить добычу, проскакать с ней один круг, и бросить на точку финиша (марра белгилаш), которая определяется заранее. Задача, – схватив улак, не дать остальным вырвать его из рук.

По правилам купкари нельзя нападать на соперника со спины или наезжать лошадью на нагнувшегося наездника, тем более сваливать седока с лошади. Участники скачек держатся подальше от зрителей, чтобы ненароком никого не покалечить, а зрителям запрещено помогать наездникам, подавая с земли тушу.

Сам улак изготавливается из козла или теленка, резанного накануне. Вес улака не должен превышать 60 килограммов. Победитель, первый доскачивший до финиша с трофеем, получает ценный приз.

А вот и завершилось наше двухдневное путешествие в Бойсун. Оно удивило нас своим масштабом во всем. Мы запланировали приехать в этот край еще раз. А пока говорим ему «До встречи!».

Horeca



МЯСО ПО-КИТАЙСКИ



Ингредиенты:

- Мясо 250 г
- Перец красный 50 г
- Перец зеленый 50 г
- Лук красный 50 г
- Кукуруза 1 ст.л
- Яйца 2 шт.
- Томатная паста 2 ст.л
- Соевый соус 5 ст.л
- Бульон 5 ст.л
- Мед 2 ст.л
- Лимонный сок 2 ст.л
- Крахмал 1 ст.л
- Соль, перец, растительное масло

Приготовление:

Болгарский перец режем на квадратики, лук кольцами. В отдельной посуде смешиваем томатную пасту, соевый соус, соль, мед, лимонный сок и бульон. Овощи слегка обжариваем на сковороде, добавляем соус и тушим 5-10 минут, затем добавляем кукурузу, выключаем огонь и оставляем тушиться. Мясо нарезаем тонкими кусочками, опускаем в лизон и обжариваем на растительном масле. Затем мясо перемешиваем с овощами и подаем.

СУП С МОРЕПРОДУКТАМИ



Ингредиенты:

- Плавленый сыр 200 г
- Картофель 200 г
- Морепродукты 200 г
- Морковь красная 120 г
- Брокколи 100 г
- Цветная капуста 100 г
- Соль, перец
- Оливковое масло

Приготовление:

В кастрюлю положить сыр и залить водой 1,5-2 литра, довести до кипения. Картофель нарезать кубиками, и варить 20 минут на среднем огне. Морковь нарезать на мелкой терке и пассировать 2 минуты, затем добавить в суп. Цветную капусту, брокколи и морепродукты варить до готовности. Суп с морепродуктами подавать с сухариками.

ЯГОДНЫЙ СУП



Ингредиенты:

- Клубника 100 г
- Малина 100 г
- Мята свежая п.в.
- Сахар 15 г.
- Мороженое 20 г

Приготовление:

Клубнику и малину почистить, положить в блендер, потом залить сиропом и измельчить. Процедить через сито, добавить сахар и мяту. Поместить в холодильник на 20 минут, подавать с мороженым.

ЛАЗАНЬЯ



Ингредиенты:

- Мясо говяжье 400 г
- Морковь 100 г
- Помидоры 150 г
- Чеснок 1 зубчик
- Стебель сельдерея 20 г
- Томатная паста 25 г
- Соус бешамель 250 мл
- Томатный сок 200 мл
- Соль, перец, сливочное масло

Приготовление:

Мясо пропустить через мясорубку и обжарить на сливочном масле. Добавить сельдерей, томатную пасту, чеснок, томатный сок и отварить. Посолить, попечить. Морковь отдельно нарезать на соломки и обжарить на оливковом масле с розмарином. Кладем помидоры и все это добавляем в фарш. Теперь на тесто кладем фарш, заливаем сверху готовым соусом бешамель и закрываем тестом, ставим на духовку при 170°С на 20 минут. При подаче сверху посыпаем сыром.

БУРГЕРЫ



Ингредиенты:

- Мука 700 г
- Молоко 300 мл
- Растительное масло 3 ст.л
- Дрожжи 16 г
- Соль 2 ч.л
- Вода

Техника приготовления:

- Приготовить опару.
- Мука 75 г
- Дрожжи 16 г
- Сахар
- Вода 120 мл

Замесить однородное мягкое тесто и оставить подниматься на 40 минут. Разделить тесто на кусочки весом 100-150 гр, отправить в формочки посыпать кунжутом, поставить в духовку при 170°С на 30 минут.

Мясная начинка:

- Мясо(фарш) 200 г
- Сыр 200 г
- Лук красный 100 г
- Огурцы соленые 100 г
- Помидоры 150 г
- Горчица 1 ст.л
- Листья салата 1 пучок

ФРУКТОВАЯ ПИЦЦА



Ингредиенты:

ТЕСТО:

Мука в.с. 1 кг

- Дрожжи 15 г
- Оливковое масло 3 ст.л
- Вода газированная

Техника приготовления:

В муку добавляем сливочное масло, соль, дрожжи заливаем газированной водой и замешиваем до состояния эластичной тесты (как резина). Отправляем в холодильник. Тесто делим на шарики весом 200 гр, ставим на раковину.

НАЧИНКА:

Ингредиенты:

- Банан 1 шт.
- Киви 1 шт.
- Апельсины 1 шт.
- Сметана 100 г
- Мята
- Сахарная пудра по вкусу

Техника приготовления:

Смешиваем сахарную пудру со сметаной и кладем в раскатанное тесто. Сверху оформив апельсинами, бананами и киви отправляем в духовку при 270° С на 5-7 минут.

Bar Nektar

Незабываемый вкус
и аромат



www.barnektar.uz



РЕКЛАМА
Товар сертифицирован

Тел: +(998 90) 900-08-12; +(998 94) 661-38-32; Факс: +(998 71) 224-17-80; +(998 70) 224-25-17

Julius Meinl



Julius Meinl

для истинных ценителей
хорошего кофе.

РЕКЛАМА
Товар сертифицирован

Тел: + 998 71 252-30-45; + 998 71 252-10-44; + 998 94 661-82-72; + 998 90 916-20-42



*Мастер-класс от шеф-повара ресторана
«Роза-Мимоза» Валижона Шамсиева.*

САЛАТ С РУККОЛОЙ И ТИГРОВЫМИ КРЕВЕТКАМИ

Ингредиенты:

- Руккола 150 г
- Креветки 90 г
- Кедровые орешки 10 г
- Помидоры черри 25 г
- Сыр «parmезан» 30 г
- Белое сухое вино 20 г
- Бальзамический уксус 10 г
- Оливковое масло 15 г
- Лимонный сок
- Соль



Приготовление:

Обжарить тигровые креветки с тимьяном в оливковом масле, затем добавить белое сухое вино. Довести до полуготовности. Собрать все в глубокую посуду. Рукколу смешать с бальзамическим уксусом, оливковым маслом и лимонным соком. Всё выложить на большую тарелку. Сначала рукколу горочкой, затем помидоры черри, тигровые креветки, а сверху посыпать пармезаном и кедровыми орешками.

УТИНАЯ ГРУДКА ПО-ФРАНЦУЗСКИ

Ингредиенты:

- Филе утки 200 г
- Апельсины 40 г
- Груша 120 г
- Оливковое масло 10 г
- Коньяк 25 г
- Апельсиновая цедра



Приготовление:

Обжарить утиную грудку на оливковом масле до золотистой корочки. Добавить соль и перец по вкусу. Снять с огня и доводить до готовности в духовке при температуре 180°С в течение 20 минут. Параллельно приготовить соус. Добавить в апельсиновый сок мякоть и цедру, затем выпарить сок. Карамелизовать грушу в сахаре. Добавить коньяк и сделать фламбе. Утиную грудку нарезать на небольшие дольки, залить соусом и украсить апельсиновым филе и грушей фламбе.

КЕЙТЕРИНГ: СОЗДАЕМ БАНК ПРОБЛЕМНЫХ СИТУАЦИЙ



Каждый банкетный менеджер прекрасно знает: как бы хорошо и тщательно ни готовилось мероприятие, все равно хоть какая-нибудь некая проблемная ситуация, да вылезет. Это правило, по сути своей является аксиомой. И каждый банкетный менеджер за свою профессиональную жизнь собрал «коллекцию», включающую не одну сотню таких случаев. Эту « коллекцию» можно считать нематериальным активом сотрудника, прямо влияющим на его ценность и рыночную стоимость.

В самом деле, когда мы говорим об опыте и квалификации банкетного менеджера, то, в первую очередь, они будут определяться тремя вещами:

- Знанием менеджера о тех проблемах, которые могут возникнуть при подготовке и проведении мероприятия;
- Способностью менеджера предотвращать возникновение этих проблемных ситуаций;
- Способностью менеджера принимать правильные решения и правильно действовать в ситуациях, когда все-таки проблемные ситуации проявляются.

Эти знания и способности банкетного менеджера множатся день ото дня, от одного проведенного мероприятия к другому. Кажется совершенно естественным, что и кейтеринговая компания, под «флагом» которой трудится менеджер, при этом тоже получает преимущества: качество услуг растет, а потери, в виде разного рода непроизводительных затрат, снижаются. Однако, эту жизнеутверждающую картину несколько портят три обстоятельства.

Во-первых, банкетный менеджер набирается опыта за счет своей кейтеринговой компании. В самом деле, менеджерский «путь

к познанию дальнний» лежит через ошибки. А финансовые последствия этих ошибок принимает на себя кейтеринговая компания.

Во-вторых, «каждый умирает в одиночку». В том смысле, что полученный менеджером опыт только ему и принадлежит. Один менеджер может не знать того, что знает его коллега. А узнает только тогда, когда сам столкнется с данной проблемой. Иными словами, накопление опыта происходит в ступенчатом порядке. А если обмен опытом и происходит, то совершенно случайно и в формате «приятельских» коммуникаций.

И в-третьих, как только банкетный менеджер покидает компанию, он забирает с собой и весь приобретенный опыт. (Напомним — опыт, в буквальном смысле, оплаченный компанией.) А что происходит дальше? А дальше в компанию приходит новый банкетный менеджер. Который, опять-таки, набирается опыта за счет компании. Который опять проходит через те же этапы, что и его предшественники. Иными словами, в очередной раз имеем дело с традиционной забавой — «ходьбой по граблям».

Как быть? Как выйти из этого порочного круга? Как компании уйти от постоянной оплаты одних и тех же ошибок? Как сделать

так, чтобы с уходом менеджеров вместе с ними не покидал компанию и наработанный опыт?

Собственно, ответ на эти вопросы станет очевидным, если обратиться к приведенным выше словам, что опыт каждого банкетного менеджера является его нематериальным активом. Надо всего лишь эти разрозненные активы отдельных менеджеров превратить в нематериальный актив всей компании! «Материальным воплощением» этого нематериального актива будет «Банк проблемных ситуаций».

ЧТО ТАКОЕ «БАНК ПРОБЛЕМНЫХ СИТУАЦИЙ»?

При всей внешней заумности и некоторой суровой академичности, это всего лишь справочник. Справочник, в котором представлены различные внештатные ситуации в деятельности кейтеринговой компании, описаны способы предотвращения этих ситуаций и порядок действий при наступлении этих ситуаций.

Один из возможных вариантов представления «Банка проблемных ситуаций» — это ниже перечисленные пункты, которые могут быть представлены в виде таблицы.

- Этап/операция процесса.
- Описание проблемной ситуации.
- Способы предотвращения проблемной ситуации.
- Порядок действий при наступлении проблемной ситуации.

Начнем с того, что всех возможных и не-

возможных «косяков» — не одна сотня. Чтобы «Банком проблемных ситуаций» было удобно пользоваться, эти ошибки надо каким-то образом упорядочить. По нашему мнению, наиболее «складно» это получается, если проблемные ситуации мы сгруппируем по тем этапам и операциям процесса подготовки и проведения мероприятия, на которых они возникают.

Иными словами, мы берем бизнес-процесс «Подготовка и проведения мероприятия» (начиная с момента, когда заказчик подтвердил проведение мероприятия, и до момента, когда заказчик подписал акт об оказании услуг). Выделяем внутри данного бизнес-процесса составляющие его этапы. (Например, такие — «Планирование мероприятия», «Подготовка ресурсов для проведения мероприятия», «Развертывание на площадке», «Проведение мероприятия», «Закрытие мероприятия».) Далее выделенные этапы разбиваем на операции. (Например, внутри этапа «Подготовка ресурсов» могут быть выделены операции «Заказ продуктов и заготовка полуфабрикатов», «Заказ напитков», «Заказ и комплектование товарно-материальных ценностей», «Заказ персонала», «Заказ автотранспорта» и т.д.)

Наименования выделенных этапов и операций переносим в колонку «1» таблицы.

В колонке «2» для каждой выделенной операции мы приводим перечень проблемных ситуаций, которые могут возникнуть при выполнении данной операции.

Соответственно, в колонках «3» и «4» для каждой проблемной ситуации мы отражаем способы ее предотвращения и порядок действий, если все же эта проблемная ситуация нас настигла.

Чтобы представленное объяснение стало более наглядным, давайте обратимся к совершенно «классическому», почти банальному примеру.

Привезли продукты/полуфабрикаты на площадку. Через некоторое время су-шеф мероприятия выясняет два неприятных момента:

1. Одна из привезенных «шпилек» — «чужая», т.е. на самом деле она была подготовлена для другого мероприятия, которое тоже проводится сегодня. Соответственно, «наша» «шпилька» осталась на базе

2. Одна из «наших» шпилек при перевозке/разгрузке перевернулась. Все наши гастрономиче-

ские художества «покинули» гастроемкости и жизнерадостно украсили собой газонную траву на площадке. (Но этот натюрморт нас совсем не радует.)

Знакомая история? Очень хорошо.

С каким этапом и операцией процесса «Подготовка и проведение мероприятия» мы имеем дело? С этапом «Развертывание на площадке», операцией «Доготовка полуфабрикатов и сервировка блюд».

Какие проблемные ситуации на этой операции у нас возникли?

Первая проблемная ситуация — «Ошибки в номенклатуре/количестве доставленных на площадку продуктов/полуфабрикатов».

Вторая проблемная ситуация — «Возникновение потерь (количественных и качественных) продуктов и полуфабрикатов при транспортировке и разгрузке».

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ ДЛЯ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ДАННЫХ СИТУАЦИЙ, И ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ ВСЕ ЖЕ ОНИ НАСТУПИЛИ?

Чтобы избежать ошибок в номенклатуре и количестве вывозимых продуктов мы можем применить:

- Маркировку («шпилек», гастроемкостей и прочей тары, используемой для вывоза продуктов и полуфабрикатов на площадку);
- Подготовку сопроводительных документов (в которых указаны все места/емкости,

которые должны быть вывезены на мероприятие) и процедуру забора су-шефом мероприятия вывозимых продуктов в строгом соответствии с этими сопроводительными документами.

Если все же, при всех наших стараниях, «пересортицы» избежать не удалось, то возможны следующие варианты действий:

- Су-шеф, при необходимости участии банкетного менеджера, организует дополнительный рейс для возврата «чужого» и забора «своего»;
- Если первый вариант оказывается невозможным, то су-шеф, при участии банкетного менеджера и менеджера по продажам, проводит согласование с заказчиком изменений или сокращений в меню.

Чтобы избежать потерь продуктов/полуфабрикатов при транспортировке и разгрузке, мы можем использовать следующие способы:

- Су-шеф организует и лично контролирует упаковку продуктов и полуфабрикатов (тара должна быть подобрана правильно, т.е. должна выдерживать «неправильное» обращение);
- Су-шеф или банкетный менеджер (в зависимости от того, кто забирает на базе продукты для вывоза на площадку) инструктируют бригадира грузчиков о правилах погрузки/разгрузки емкостей с продуктами и лично контролируют соблюдение этих правил;
- Все емкости с продуктами в кузове

Ну а теперь все рассмотренное нами давайте «закатаем» в формат таблицы.

Этап/операция процесса	Описание проблемной ситуации	Способы предотвращения проблемной ситуации	Порядок действий при наступлении проблемной ситуации
1 «Развертывание на площадке», операция «Доготовка полуфабрикатов и сервировка блюд».	1. «Ошибки в номенклатуре/количестве доставленных на площадку продуктов/полуфабрикатов	1. Использование маркировки продуктов и полуфабрикатов Отв. Су-шеф 2. Подготовка и использование сопроводительных документов при заборе продуктов и полуфабрикатов Отв. Су-шеф	1. Дополнительный рейс для возврата/доставки «чужих»/«своих» продуктов и полуфабрикатов 2. Согласование с заказчиком изменений в меню мероприятия
	2. Возникновение потерь (количественных и качественных) продуктов и полуфабрикатов при транспортировке и разгрузке»	1. Контроль правильности упаковки продуктов и полуфабрикатов Отв. Су-шеф 2. Инструктирование и контроль работы грузчиков при погрузке/разгрузке продуктов и полуфабрикатов Отв. Су-шеф/Банкетный менеджер 3. Использование технических средств для крепления упаковки с продуктами и полуфабрикатами в кузове автотранспорта Отв. Су-шеф/Банкетный менеджер	1. Восстановление «товарного вида» продуктов и полуфабрикатов 2. Срочная заготовка недостающих полуфабрикатов 3. Согласование с заказчиком изменений в меню мероприятия



автотранспорта фиксируются специальными устройствами, исключающими их падение.

А если все же потерь продуктов при перевозке нам избежать не удалось, то су-шеф должен быть готов к следующим вариантам действий:

- Если это возможно, постараться восстановить «товарный вид» полуфабрикатов;
- Организовать срочную заготовку недостающих полуфабрикатов;
- Совместно с банкетным менеджером и менеджером по продажам согласовать с заказчиком внесение изменений в меню мероприятия.



«Но ведь возможных неприятных ситуаций в нашей работе не одна сотня, -вероятно, скажете Вы — и чтобы все их занести в данную таблицу понадобятся годы!»

ЧТО НА ЭТО ОТВЕТИТЬ?

Во-первых, надо придерживаться принципа «существенности и рациональности». В соответствии с этим принципом в таблицу должны быть внесены те ситуации, которые случаются довольно часто и которые имеют наиболее тяжелые последствия. А таковых окажется 20 или 30 % от общего числа потенциальных «косяков».

Во-вторых, что хорошо известно, деятельность кейтеринговых компаний носит ярко выраженный сезонный характер. В «низкий сезон» руководитель банкетной службы, совместно с шеф-поваром, вполне могут выкроить необходимое время и за две-три недели некий исходный (базовый) вариант «Банка проблемных ситуаций» подготовить. А далее... А далее его остается только наращивать, актуализировать. Для чего надо организовать несколько не очень сложных процедур:

1. После каждого мероприятия банкетный менеджер и су-шеф готовят отчеты. Не пишут пространные эссе, как это принято в современных бизнес-школах, а буквально на половине страницы дают ответы на вопросы:

- Что на проведенном мероприятии «попало не так, как надо»?
- Что можно было бы сделать, чтобы в будущем подобное не возникало?
- Как выкрутились, т.е. что в данной ситуации предприняли?

2. По окончании месяца руководитель банкетной службы и шеф-повар проводят итоговые совещания по проведенным мероприятиям в своих службах. Вопросы рас-

сматриваются все те же — что произошло, как предотвратить, что делать, когда случилось.

После этого проводится уже общее совещание руководителей всех служб с участием генерального директора с рассмотрением тех же самых вопросов. Делаются выводы и принимаются решения, которые вносятся в «Банк проблемных ситуаций».

3. Все приходящие на работу новые сотрудники банкетной службы и кухни (производства) изучают «Банк проблемных ситуаций» и через месяц сдают зачет на его знание. Более того, сотрудники-«старички» тоже ежеквартально сдают данные зачеты. Результаты сдачи прямо влияют на размер начисляемого вознаграждения.

Каков будет эффект Вашей компании от использования «Банка проблемных ситуаций»? Как минимум, 3 % от бюджета каждого мероприятия будет из Ваших потерь превращаться в Вашу прибыль. И это самая скромная оценка. А скорее всего, на каждом мероприятии Вы будете «подымать» не менее 5% от его бюджета.

Ну а дальше считайте сами — стоит ли ради таких денег горбатиться над созданием рассмотренной таблицы с проблемными ситуациями.

ВМЕСТО РЕЗЮМЕ

Впрочем, было бы неверно считать наличие «Банка проблемных ситуаций» уместным только в кейтеринговых компаниях. В Event-агентствах проблемы те же самые. Так что и для них этот справочник будет очень полезен. Да и в «классических» ресторанах он пригодится. А уж в отельном бизнесе ему вообще самое место. Ведь даже самый маленький отель — это «фабрика гостеприимства». В том смысле, что работа ее подобна работе промышленного предприятия: много самых разных подразделений реализуют большое количество разнообразных бизнес-процессов.

Кстати, пару лет назад руководству одной отечественной доморощенной отельной сети было предложено создать «Банк проблемных ситуаций». Ответ получили, приблизительно, такой:

«Мы потратим кучу времени на подготовку этого документа. А потом кто-нибудь из наших сотрудников вместе с ним перейдет к нашим конкурентам! И все это, о ужас, достанется им бесплатно!»

Что в итоге? В итоге, эти осторожные отельеры оставили своих конкурентов без «Банка проблемных ситуаций». А сами ежемесячно несут потери миллиона на полтора, поскольку так и не разобрались со своими проблемами.



ПЕРЕЦ БОЛГАРСКИЙ

Болгарский перец – удивительный овощ, привлекающий потрясающим вкусом, своей хрустящей мякотью и красивой, яркой расцветкой. Красный, оранжевый, желтый, зеленый – болгарский перец способен украсить любой стол и максимально разнообразить меню.

Pодина болгарского перца – Америка, в тропических районах которой он встречается в диком виде. Разводится в южных умеренных, в субтропических и тропических широтах всех континентов. После открытия Америки перец был завезен сначала в Испанию и Португалию, а затем и в другие страны Европы и на Ближний Восток. На территории бывших стран СССР болгарский перец выращивают на Украине, Северном Кавказе, в Закавказье, Молдавии, Средней Азии и Приморском крае в защищённом и утеплённом грунте и в комнатной культуре (мелкоплодный) – повсеместно. Почему в нашей стране, да и всем СНГ этот перец называется болгарским, остается секретом.

Полезные свойства

В болгарском перце содержатся витамины C, B1, B2, B9, P, PP и каротин, поэтому людям страдающим депрессией, сахарным диабетом, а также при ухудшении памяти, бес-

соннице, упадке сил следует включать перец в меню.

По количеству витамина С перец превосходит лимоны и черную смородину.

Аскорбиновая кислота сочетается с большим количеством витамина P и такое содружество способствует укреплению кровеносных сосудов, снижению проницаемости их стенок. Благодаря высокому содержанию минеральных солей калия, а также кальция, магния, натрия, фосфора, фтора, железа, хлора, цинка, марганца, меди, йода, хрома, серы, кобальта.

Сведения о продукте

В основном выращивают 4 вида перца: опущенный (*Capsicum pubescens*), перуанский (*Capsicum angulosum*), колумбийский (*Capsicum conicum*) и мексиканский (*Capsicum annuum*), получивший наибольшее распространение. Плод однолетних травянистых растений семейства паслёновых. Плоды сладкого перца – ложные пустотельные ягоды, многосемянные, красные, оранжевые, жёлтые или коричневые, разнообразной формы и величины (от 0,25 до 190 г).

Вкусовые качества

Вкус болгарского перца не возможно ни с чем перепутать, так как за его характерный вкус отвечает алкалоид капсаицин. Сладкий болгарский перец имеет нейтральный слегка сладковатый вкус. Также на вкус перца влияет степень зрелости.

Применение в кулинарии

В пищу употребляют как свежий, так и отварной, тушеный, жареный, печеный перец, полезные свойства от термической обработки немногко слабеют (разрушается витамин С), но вкус становится ярче и богаче. Сегодня сладкий перец широко применяется в приготовлении огромного количества блюд: супов, вторых блюд, всевозможной консервации, салатов. Так как при термической обработке в болгарском перце разрушается до 70% полезных

веществ, лучше всего его кушать в свежем виде в составе самых разнообразных салатов — овощных, мясных и др. Несмотря на резкое снижение полезности из-за тепловой обработки, перец добавит пикантности, сочности и сладости вторым блюдам (например, фаршированный перец), соусам (лечо), пастам и др. Болгарский перец хорошо поддается консервированию и запеканию. Его вполне можно замораживать на зиму и использовать в качестве дополнений к соусам и при приготовлении овощного рагу. В свете всего вышеуказанного очень желательно, чтобы болгарский перец регулярно появлялся на вашем столе как в свежем, так и в обработанном виде. В этом овоще прекрасно сочетаются вкус и огромное количество полезных веществ, благоприятно влияющих на состояние организма. При употреблении сладкого перца не забывайте о противопоказаниях и, конечно же, соблюдайте меру.

Как выбирать

При покупке сладкого перца обратите внимание на его внешний вид: перчик должен быть упругим на ощупь с гладкой кожницей без внешних повреждений и вмятин. Хвостик у болгарского перца должен быть зеленым и не сухим. Цвет перца зависит от степени зрелости. Помните, что зеленые наименее зрелые, соответственно, на вкус будут менее сладкими.



Перец не-заменим при анемии, низком иммунитете, раннем облысении, остеопорозе.

Болгарский перец полезен при заболеваниях крови, кровотечениях десен, малокровии, ломкости сосудов. Болгарский перец стимулируют выделение желудочного сока, пищеварение, улучшают перистальтику желудка и кишечника, успокаивает нервы, помогает при кашле. В состав перца (как жгучего, так и сладкого) входит алкалоид капсаицин, который, собственно, и придаёт овощу характерный вкус. Это вещество стимулирует работу желудка и поджелудочной железы, возбуждает аппетит, снижает артериальное давление, разжижает кровь и препятствуя образованию тромбов. Из-за малого содержания капсаицина в сладком перце, в отличии от горького, его можно потреблять в большом количестве, не опасаясь при этом за свой желудок. Поэтому из сладкого перца делают сок, который рекомендуют пить при сахарном диабете, а также для стимуляции роста ногтей и волос. Болгарский перец ускоряет обмен веществ и помогает скидывать больше калорий. Это уменьшает вес, набранный из-за еды с высоким содержанием жиров. Также перец предотвращает несварение желудка. Он регулирует кровяное давление и снижает уровень холестерина и триглицеридов в организме.

Противопоказания

Болгарский перец входит в первую десятку продающихся продуктов, содержащих пестициды. Болгарский перец, несмотря на свои мощные полезные свойства, имеет и ряд противопоказаний к употреблению. Он противопоказан при тяжёлой форме стенокардии, нарушениях сердечного ритма, гипертонии, язве желудка и 12-перстной кишки, гастрите с повышенной кислотностью, при обострениях хронических заболеваний почек и печени, колите, застарелом геморрое, повышенной возбудимости нервной системы, бессоннице, эпилепсии.

РАВШАН САЛИЕВ

РАВШАН САЛИЕВ РАССКАЗЫВАЕТ О СВОЕМ РЕСТОРАННОМ ОПЫТЕ

– РАВШАН МЕЛИЕВИЧ, РАССКАЖИТЕ, КАК ВЫ ПРИШЛИ В ЭТУ ПРОФЕССИЮ?

– В этот бизнес я пришёл в 2002 году. Мне с детства нравилось смотреть, как люди едят, завораживало то удовольствие, которое они от этого получают. Но я рос в то время, когда частное предпринимательство было даже не мыслимо. После обретения Узбекистаном Независимости стало возможным открытие частных предприятий общественного питания, и я постепенно шёл к своей мечте. Первой пробой сил стало открытие кафе «Graf City», где я начал работать заведующим залом. Сказывалась неопытность, отсутствие профессиональной подготовки, невозможность обретения знаний из каких-либо теоретических источников. Мы всё постигали на практике, набивая шишки и учясь на своих ошибках.

– И КАК ВАМ УДАЛОСЬ СДВИНУТЬ ДЕЛО С МЕРТВОЙ ТОЧКИ?

– Удалось. Мы задействовали все виды рекламы – и флаера, и визитки и даже выпустили ролик на местном кабельном телевидении. Но самое главное, я сам встречал каждого посетителя, узнавал их мнения и пожелания и выстраивал работу заведения, исходя из полученной информации. То есть мы очень старались понять нашего клиента и строить свою работу, отталкиваясь от вкусов и предпочтений тех людей, которые к нам приходили. А потом они приходили ещё раз. И приводили своих знакомых и друзей. И это было замечательно.

– КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, ИСХОДЯ ИЗ СВОЕГО ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, КАКАЯ САМАЯ БОЛЬШАЯ ПРОБЛЕМА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ?

– Самая большая проблема – это кадровый вопрос. Тенденция в этом звене нашей деятельности просто ужасная. Нет постоянности кадров. Удручают непрофессионализм людей, приходящих устраиваться на работу. Только объяснишь концепцию профессиональных обязанностей, только чему-то научишь официантов или поваров применительно к своему заведению, как одни уходят, на их место приходят другие. И надо опять начинать эту работу заново.

– ТЕМ НЕ МЕНЕЕ ВЫ, ДВИГАЙСЬ ОТ МЕНЬШЕГО К БОЛЬШЕМУ, ВЫ ПЕРЕШЛИ ОТ КАФЕ К РЕСТОРАНУ?



– А ЧТО С ЦЕНАМИ? НАСКОЛЬКО ОНИ СОВЕРШЕНСТВУЮТ ОЖИДАНИЯМ КЛИЕНТОВ?

– Понятно, что цены не могут быть выше определённого психологического барьера, за которым клиент уже не готов платить. И мы, понимая это, придерживаемся стратегии, при которой у нас в соотношении качество-цена, преувеличивает качество. Например, мы учим наших официантов, чтобы они сами хорошо понимали нюансы сочетаний блюд и напитков, и чтобы под конкретные вина предлагали соответствующие блюда. Внедряя современный подход к обслуживанию, мы используем планшет, чтобы предварительно в процессе выбора показать клиенту как выглядят то или иное блюдо. Наш сервис соответствует принятым современным стандартам, а цены, учитывая наше географическое расположение, мы держим гораздо ниже, чем, например, в центре города.

– РАВШАН МЕЛИЕВИЧ, ЧТО МОЖЕТ ПОМОЧЬ ТАКИМ ЛЮДЯМ КАК ВЫ, ВЛЮБЛЁННЫМ В СВОЕ ДЕЛО, НО НЕ ИМЕЮЩИМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ, ЭФФЕКТИВНО ТРУДИТЬСЯ И ПРОСТО ХОРОШО ДЕЛАТЬ СВОЮ РАБОТУ?

– Как говорится, опыт – дело наживное. Если любить свое дело, можно добиться хороших результатов. Но я хочу сказать о той роли, которую играет в нашем бизнесе Ассоциация поваров Узбекистана. Я работаю в этой сфере с 2002 года, но только в прошлом году узнал об Ассоциации. И должен сказать, что я реально почувствовал, как много в Ассоциации профессионалов, готовых прийти на помощь по любому вопросу, помочь в любой проблеме. Ассоциация оказывает неоценимую поддержку в вопросах и становления, и функционирования. Проводятся мастер-классы по различным тематикам, из которых мы почерпнули очень много и в управлении, и в вопросах кухни. Мы рады, что узнали про Ассоциацию поваров Узбекистана, руководство которой искренне волнуется за положение дел в нашем бизнесе и стремится вывести поварское искусство Узбекистана на мировой уровень. А ведь это означает, что мы могли бы гордиться этим фактом. Я хотел бы пожелать всем нам, чтобы у нас все получилось.

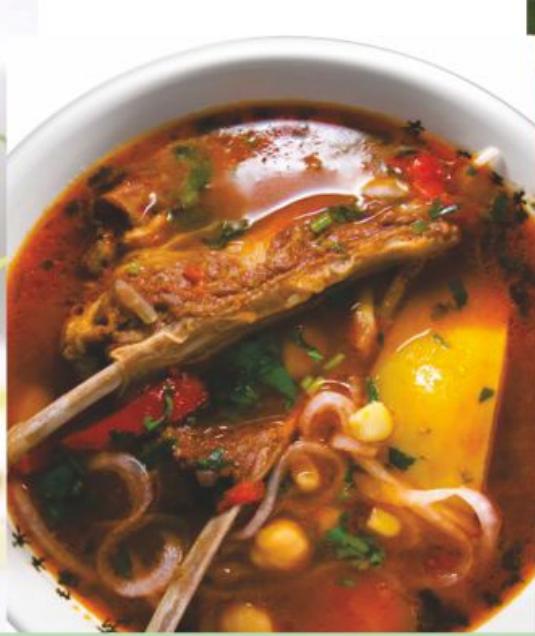
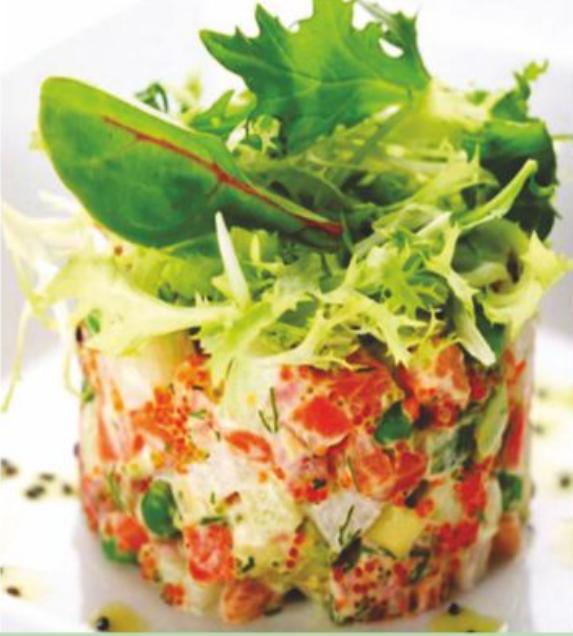
– Да. Всегда же хочется расти в профессиональном плане. Ресторан «Роза-Мимоза» мы открыли в 2010 году. Не всё получалось, пришлось пройти через процедуру ре-брэндинга, и заново открываться 11 ноября 2015 года. Но мы поставили перед собой цель – научить людей нашего Яшнабадского района правильно питаться и хотим достичь этой цели, несмотря ни на какие трудности.

– А НА КАКИЕ СЛОИ НАСЕЛЕНИЯ РАССЧИТАН ВАШ РЕСТОРАН?

– У нас представлены практически все слои населения нашего района. И средний класс, и ВИП-гости, и тусующаяся молодёжь. Все могут найти в нашем ресторане свой уютный уголок.

– КАКУЮ КУХНЮ ПРЕДЛАГАЕТ РЕСТОРАН «РОЗА-МИМОЗА»?

– Основу нашего меню составляет европейская кухня с уклоном в средиземноморскую специфику. Но если нужно, по заказу, мы готовим и национальные блюда. Проводим большие мероприятия, банкеты, свадьбы, детские праздники.



АССОЦИАЦИЯ
ПОВАРОВ
УЗБЕКИСТАНА



ВСЕМИРНАЯ
АССОЦИАЦИЯ
СООБЩЕСТВ
ШЕФ-ПОВАРОВ



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЦЕНТР УЗБЕКСКОГО
КУЛИНАРНОГО
ИСКУССТВА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР УЗБЕКСКОГО КУЛИНАРНОГО ИСКУССТВА

Объявляет набор на курсы, национальной и европейской кухни.

Описание курса:

- правила санитарии и гигиены, профессиональной этики;
- товароведение пищевых продуктов;
- учет и калькуляция в общественном питании;
- приготовление блюд растительного происхождения
- технология приготовления соусов и супов;
- технология обработки мясных продуктов;
- технология приготовления холодных закусок и салатов;
- технология приготовления блюд из теста;
- технология приготовления сладких блюд;
- технология приготовления блюд из рыбы;
- технология приготовления блюд из дичи;
- организация обслуживания гостей;

Период: от 1 до 3 месяцев

Время: с 10.00-13.00 или с 14.00-17.00

Специфика:

Курс рассчитан на каждый месяц,
с понедельника по пятницу.

Группа состоит из 8-10 человек.

Курсы проводятся на узбекском и русском языках.

**После завершения курса выдается
сертификат Международного Центра**

Для дополнительной информации:
г.Ташкент, М.Улугбекский район,
ул.Олтин-Тепа, 354
2- этаж ресторана "Голден Хилл"
Т: 265-27-71; 266-77-78;



МАСТЕР-КЛАСС от АЛЕКСАНДРА КИСЛИЦЫНА

для любителей и профессионалов

25, 26, 27 МАЯ 2016г.
ВПЕРВЫЕ В ТАШКЕНТЕ!

Viva Maria
chocolaterie
ESTD. 2013



Программа мастер-класса:

Пирожное Энгри Бёрдс
Штрудель из вытяжного теста
Бриошь
Пирог Ягодный
Эклер Карамельный
Макарони Фундучно-карамельный
Макарони Чёрная смородина

Торт Эстерхайзи
Торт Фрезье
Торт Карамель - черная смородина
Рулет Фисташка-апельсин-клубника
Пирожное Брауни
Пирожное Ягодная Опера
Пирожное Минни Маус