

ЕРАЗМУС+ ПРОЕКТ:

КВАЛИФИКАЦИИ
НА ПАЗАРОТ НА
ТРУД – ПАТОКАЗ ЗА
НАМАЛУВАЊЕ НА ЈАЗОТ
ВО КОМПЕТЕНЦИИТЕ
ПОМЕЃУ ОБРАЗОВАНИЕТО
И ПАЗАРОТ НА ТРУД ВО
СЕКТОРОТ HORECA

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union



102 QUALIFICATION

МОДЕРНИ, ФЛЕКСИБИЛНИ ПАТЕКИ ЗА УЧЕЊЕ – НАСТАВНИ ПРОГРАМИ
И ОБРАЗОВНИ ПАКЕТИ (ОБУЧУВАЧ / УЧЕСНИК) ЗА СЕКТОРОТ HORECA

**КУРИКУЛУМ ЗА КВАЛИФИКАЦИЈА 1:
КРЕИРАЊЕ ВКУСОВИ, ДЕКОРАЊЕ НА ЈАДЕЊА**

Еразмус+ проект: „ Квалификации на пазарот на труд – патоказ за намалување на јазот во компетенциите помеѓу образованието и пазарот на труд во секторот HoReCa“.

Број на проектот: 2020-1-PL01-KA202-082206

Поддршката на Европската комисија за изработката на оваа публикација не претставува одобрување на содржината што ги одразува само гледиштата на авторите и Комисијата не може да биде одговорна за каква било употреба на информациите содржани во неа.

Резултат 2: Модерни, флексибилни патеки за учење – наставни програми и образовни пакети (обучувач / учесник) за секторот HoReCa

Автори:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji – координатор, Радом, Полска

EVACO – Краков, Полска

EDITC LTD – Никозија, Кипар

AKDENIZ UNIVERSITY – Анталија, Турција

Fundación Equipo Humano (FEH) – Валенсија, Шпанија

Самеримпекс ИМПУЛСИ ДОО – Скопје, Република Северна Македонија

Контакт:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ул. Кралицата Јадвига 15

26-600 Радом, Полска

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

ВОВЕД

Главната цел на проектот HoReCa4VET (проект бр.: 2020-1-PL01-KA202-082206) е да го зголеми пристапот до доживотното учење од формална, информална и неформална природа во индустријата HoReCa, преку развивање и имплементирање модели за валидација и сертификација, во согласност со Европската рамка на квалификации.

Проектот HoReCa4VET придонесува за идентификација на резултатите од учењето во рамките на идентификуваните резултати од учењето од страна на работодавците врз основа на моменталната побарувачка на пазарот, како дополнителни професионални вештини во европската димензија, кои може да се стекнат во рамки на три квалификации, како дел од проектот: **Креирање вкусови и украсување јадења; Управување со работата во кујната и менаџмент во индустријата HORECA.**

Квалификациите развиени во проектот може да ги надополнат вештините стекнати како дел од формалното и неформалното образование, бидејќи тоа е одговор на потребите на пазарот на трудот идентификувани во спроведеното истражување.

Резултат на проектот **Модерни, флексибилни патеки за учење - наставни програми и образовни пакети (обучувач / учесник) за секторот HoReCa** се засноваат на развој на обука во работната средина, каскадни, флексибилни патеки за учење, активирање дидактички методи, модерни, иновативни методи на настава, земајќи ги во предвид земете ги предвид спецификите на HoReCa.

При развивањето на резултатот, голем акцент беше ставен на индивидуализацијата на обуката, активните и практични методи на учење, решенијата во организацијата и дидактиката. Методологијата на развиените наставни програми и образовните пакети се фокусираше на најдобрите практики идентификувани во земјите партнери (Кипар, Полска, Шпанија, Република Северна Македонија и Турција). Квалификациите беа структурирани во модули, а за секоја наставна единица беа утврдени резултатите од учењето или професионалните задачи, опишани со групи знаења, вештини и социјални компетенции. Развиените наставни единици и пакети ги земаа предвид специфичностите на земјите-партнери.

Програмата за обука беше заснована на резултатите од анализата на работата на IO1. Програмата ги опишува резултатите од учењето кои може да се постигнат преку учење на работното место.

Тимот на HoReCa4VET

КВАЛИФИКАЦИЈА 1: КРЕИРАЊЕ ВКУСОВИ, ДЕКОРАЊЕ НА ЈАДЕЊА

1. ВОВЕД

Модерната кујна не само што се отвора за нови вкусови и техники, туку и создава нови вкусови и самата развива нови техники. Добриот готвач мора да биде визионер – тој треба да може да ја замисли својата идна кујна и улогата што ќе ја играат готвачите за неколку години. На луѓето секогаш ќе им недостасуваат вкусовите што ги паметат од детството и затоа улогата на готвачот е да ги зачува таквите традиционални вкусови и да ги комбинира со современите кулинарски трендови. „Bryndza podhalańska“, мед од хељда од Судетските планини или кашубиската јагода – овие, и многу други регионални производи со оригинални и исклучителни вкусови, ќе ја сочинуваат основата за модерната полска кујна.

Затоа, готвачите, често потпомогнати од историчари, бараат традиционални стари рецепти. Инспирирани од нив подготвуваат оброци кои се засновани на историски записи, но прилагодени на модерните вкусови и непца. Излегува дека традиционалната полска кујна оди рака под рака со модерните трендови. Историјата направи полн круг. Повторно се воведуваат стари вкусови. Кога користиме стари рецепти, можеме да ја вкусиме историјата. Одново ја откриваме полската кујна и ја истакнуваме вредноста на традиционалните вкусови.

Во исто време, со лесен пристап до состојки од целиот свет, имаме тенденција да експериментираме почесто во кујната. Нашата кулинарска креативност е ограничена исклучиво од нашата имагинација. Многу нови јадења (на пр. супа од домати со кари и чили, тајландска пица или италијанско суши) се резултат на комбинирање на различни идеи и состојки. Се разбира, ова не е сè. Понекогаш начинот на кој состојките се комбинираат може да биде прилично изненадувачки. Сепак, она што е важно е да се погрижиме храната да има добар вкус и нејзината подготовка да не' прави среќни.

Модерната кулинарска уметност ги користи традиционалните вкусови на нов начин, и експериментира и комбинира состојки кои навидум не одат една со друга (на пример, бибер и чоколадо).

Она што им треба на сите модерни готвачи е способноста да создаваат вкусови. Луѓето кои се способни да го направат тоа ги имаат вештините и квалификациите што им се потребни на пазарот, и тие се со поголема веројатност побрзо да најдат вработување.

Украсувањето на јадења, мезе и чинии станува се попопуларно и во гастрономијата и во приватните кујни. Вкусот, аромата, но и визуелната страна на приготвените јадења се од

исклучителна важност, додека додатоките можат да го воодушеват јадењето и со вкус и со изглед.

Кулинарската уметност не е само подготовка на вкусни јадења, туку и нивно сервирање на начин што само нивниот изглед дава пријатно искуство. Целта на украсувањето на сатовите е да се стимулираат сите гурмански сетила, и видот, мирисот и вкусот. Гледањето на привлечни јадења со примамлив изглед, несомнено ве поттикнува да ги пробате. Покрај тоа, убаво украсените јадења добиваат не само изглед, туку и поинаков вкус, а украсните додатокци го зголемуваат нивниот вкус.

Вешто украсување на сатовите е клучот за ефективно распоредување на сатовите. Јадењата треба да бидат претставени на таков начин што нивниот изглед го буди апетиотот. Тоа ќе го постигнеме така што естетски ќе ги ставиме во соодветни садови и ќе ги украсиме. Првиот контакт со оброкот е да се внимава на неговиот изглед. Пред да ја процениме вкусноста на оброкот, обрнуваме внимание на привлечноста на презентацијата и целокупната естетика. Без да знаеме ништо за некое јадење, можеме да го избереме пред другите само затоа што изгледа убаво и ни се допаѓа.

Способноста за правилно презентирање и украсување јадења е од суштинско значење во сегашно време за луѓето кои работат во угостителската индустрија и подготвуваат јадења. Лицето со квалификации за украсување јадења станува поатрактивно на пазарот на трудот, ги проширува своите професионални вештини со квалификации кои ги бара на пазарот.

2. ДОПОЛНИТЕЛНИ ПРОФЕСИОНАЛНИ ВЕШТИНИ (ДПВ)

Во Полска, од 1 септември 2019 година, училиште кое обезбедува стручно образование може да му понуди на ученикот подготовка за стекнување дополнителни професионални квалификации од областа на избраните професии, дополнителни професионални вештини или пазарни квалификации кои функционираат во Интегрираниот систем на квалификации.¹

Што е ДПВ?

Дополнителни професионални вештини - треба да се сфатат како вештини кои ја надминуваат основната наставна програма на стручното образование, чие стекнување од страна на учениците за време на нивните студии на училиште или курсевите за стручни вештини ги зголемува нивните шанси за идно вработување во дадена професија, што содржи групи на образовни цели и наставна содржина опишана во форма на очекувани исходи од учењето: знаење, професионални вештини и лични и социјални компетенции во врска со овие вештини.

Развојот на наставните програми за дополнителни професионални вештини овозможува адаптација на стручното образование и обука на потребите на локалниот и регионалниот пазар на трудот. Создавањето услови за студентите да се стекнат со дополнителни професионални вештини (ДПВ) е една од целите за пофлексибилен систем на стручно образование и негово прилагодување на реалните потреби на пазарот на трудот.

¹ Дополнителните професионални вештини од областа на избраните професии за трговско образование се вклучени во Анекс 33 на Уредбата на министерот за национално образование од 16 мај 2019 година за основните наставни програми за образование во професии за трговско образование и дополнителни професионални вештини во областа на избраното трговско образование професии (Списание на законите точка 991, изменето).

Развиените програми за ДПВ ќе придонесат за зголемување на вработеноста на дипломирани студенти на индустриски училишта и технички училишта на динамично променливиот пазар на труд.

Проектот HoReCa4VET како ДПВ

Проектот HoReCa4VET првично разви дополнителна стручна вештина во областа на квалификацијата **Создавање вкусови и декорирање јадења**, за што беа дефинирани исходите од учењето и критериумите за верификација на овие ефекти (резултат 1) и наставната програма. Предложените дополнителни професионални вештини (ДПВ) произлегуваат од зголемената побарувачка на пазарот за специјалисти од оваа област.

Создадената програма развиена во проектот може да ја користат образовните институции кои обезбедуваат стручна обука, кои ќе можат да им понудат на студентите подготовка за стекнување дополнителни професионални вештини од областа на избраните професии; студенти на училишта кои обезбедуваат стручно образование, кои ќе можат да се подготват за стекнување дополнителни професионални вештини од областа на избраните професии како дел од задолжителна образовна настава, или дипломирани студенти на училишта и институции на образовниот систем спроведување на стручно образование – дополнителните професионални вештини што ги стекнуваат ќе им ги зголемат шансите за вработување на локалниот и регионалниот пазар на труд.

Сите предложени дополнителни професионални вештини (ДПВ) произлегуваат од зголемената побарувачка на пазарот за специјалисти од оваа област.

3. ОРГАНИЗАЦИСКИ ПРЕТПОСТАВКИ

3.1. Број на часови распределени на наставната програма

Квалификацијата одговара на потребите на пазарот на трудот (пазарот „HoReCa“) во однос на професионална подготовка на храна, создавање нови вкусови и украсување јадења, украсување, проценка на профитабилноста на бизнисот, сопствено и тимско планирање и, последно, но не и најмалку важно, професионално и здравјето и безбедноста на клиентите.

Најмалку 140 часа треба да се распределат на наставната програма за која се планирани горенаведените резултати од учењето.

Часовите треба да се одржуваат во групи, а учениците да работат во парови.

Се советува и индивидуална работа.

Треба да се воведат различни техники за зајакнување на ангажираноста на учениците (на пр. тимска работа).

3.2. Задолжителни квалификации за едукатори за дополнителни стручни вештини

Квалификациите што се бараат од воспитувачите кои предаваат дополнителни стручни вештини се наведени во важечките закони за задолжителни квалификации за наставниците. Деталните квалификации што се бараат од воспитувачите го вклучуваат следново:

- диплома за додипломски студии во областа на студирање што одговара на темата на курсот плус педагошка подготовка; или
- диплома за додипломски студии во областа на студии чии резултати од учењето ја вклучуваат содржината на основната наставна програма на курсот плус педагошки квалификации.

Лицето кое предава часови фокусирани на дополнителна стручна вештина треба:

- да бидат квалификувани и искусни; и
- имаат методолошки вештини.

Таквите часови може да се одржуваат и од:

- сопственик на угостителска дејност кој е овластен стручен наставник; или
- сопственик на угостителска дејност кој ги има потребните теоретски знаења и практично искуство во областа на подготовка на храна.

Предавачи: лица со теоретско и практично познавање од предметот. Инструктори: квалификувани поединци кои предаваат практична настава.

3.3. Наставни материјали и опрема

Опис на структурата на училницата

a. локација на работниот простор–станица:

наставните станици треба да се наоѓаат во непосредна близина на училницата во која се одржува практичната настава (по можност во истата зграда).

b. големина и други барања во врска со просториите или просториите во кои се наоѓа станицата:

големината на собата; број на станици; Завршување на подот, таванот, сидовите, прозорците и вратите во согласност со градежните, OHS, безбедноста од пожари, санитарните и епидемиолошките барања.

c. потребна минимална големина на станицата:

станица со големина прилагодена на принципите на ергономијата и обезбедување неограничена и безбедна работа.

d. поврзување на станицата со потребните комунални услуги и одредување на нивните параметри:

- 230 V приклучоци со осигурувач; станица и централни безбедносни прекинувачи;
- систем за греење;
- гравитациски систем за вентилација;
- пристап до дневна светлина и вештачка светлина; и
- Широкопојасен интернет конекција.

I. Училница за подготовка и сервисирање на примероци на храна² опремен со:

- работна станица на наставникот поврзана со: локална мрежа и интернет, мултифункционален уред, дигитален проектор или интерактивна табла или екран;
- графикони и слајдови за подготовка на храна;
- листа на алатки за трговија;
- табели за подготовка на храна;
- печка или индукциски шпорет со печка;
- мијалник со чешма за мешање;
- тенџериња и други садови за готвење;
- кујнски ножеви;
- мали апарати за подготовка на храна;
- мелница за месо;
- длабоко пржење;
- фрижидер со замрзнувач;
- машина за миење садови;
- комбинирани печки;
- микробранова печка;
- индукциски шпорет;
- грејачи на плочи;
- сос вид – уред за долгогодишно готвење на ниски температури;
- вакуумски запечатувач;
- машина за миење јајца и дезинфекција;
- постелнина за маса и садови;
- метални послужавници;
- експлозивен чилер/шок замрзнувач;
- блендер;
- соковник;
- робот за кујна;
- прибор за јадење, прибор за јадење, садови, прибор за пиење итн.;
- решетка за складирање или кабинет;

² Препорачана опрема за училиници дизајнирана за обука на техничари за исхрана и исхрана и развиена за целите на регионалните оперативни програми за периодот 2014–2020 година, Национален центар за поддршка на стручното и континуирано образование, Варшава, 2013 година

- маси и столици;
 - постелнина за маса;
 - канти за отпад и рециклирање;
 - помошни колички,
 - електричен саламандер
 - лавици за опрема
 - столчиња кои одговараат на масите,
 - количка за келнер,
 - асистент келнерка
 - шанк како место за послужување пијалоци,
 - хокери,
 - кафемат,
 - соковник,
 - дигестир,
 - миксер,
 - производител на мраз,
 - мијалник за шанкерско стакло,
 - стакло, порцелан и опрема за мали барови,
 - ладилник за пијалоци,
 - прекривки за маса.
- а) мерни и дијагностички уреди:
- термометар за мерење на температурата на термички обработен производ; и
 - вага;
- б) стручна библиотека – прирачници, норми, процедури, прирачници, правила и прописи и акти кои се применуваат на работното место:
- кориснички прирачници;
 - процедури и прирачници за квалитет и безбедност на храната;
 - рецепти; и
 - менија;
- в) прва помош:
- комплет за прва помош со прирачник за прва помош;
- г) мерки кои овозможуваат усогласеност со принципите на ергономијата и правилата за OHS:

- мијалник со чешма за мешање, диспензер за сапун и сад за хартиена крпа; канта со капак;
- сертификатот за усогласеност со OHS;
- кориснички прирачници;
- противпожарен апарат за сув прав;
- знаци за предупредување и пат за евакуација;
- лична заштитна опрема плус очила и ракавици за работа на комби печка;
- скратени кориснички прирачници;
- комерцијална машина за перење и сушење со програма против туткање (или други решенија кои помагаат да се одржуваат чисти постелнината на масата);
- пегла и даска за пеглање;
- домашна преса за перење; и
- комплет за прва помош и прирачник за прва помош за итни случаи.

Основни наставни материјали и опрема: опрема за молекуларна кујна, мешалки за замрзнати состојки, скара, камен за печење и сервирање.

II. Примерна работилница за испраќање храна³ опремен со:

- компјутерска станица за наставникот поврзана на локална мрежа со пристап до Интернет, со мултифункционален уред, мултимедијален проектор или интерактивна табла или интерактивен монитор,
- прегледни табли за подготовка на јадења,
- список на машини, уреди, апарати, алати и друга опрема релевантна за квалификацијата
- производствени маси,
- кујнско јадро со рерна/индукциски шпорет со рерна;
- мијалник со инсталација на топла и ладна вода,
- комплет тенџериња и други кујнски прибор,
- сет кујнски ножеви,
- мала производствена опрема,
- машина за мелење,
- фритеза
- фрижидер со замрзнувач,
- машина за миење садови,

³ Препорачана опрема за училишни лаборатории и работилници за професијата техничар за исхрана и угостителски услуги, развиена за потребите на Регионалните оперативни програми за годините 2014 - 2020 година, Национален центар за поддршка на стручното и континуирано образование, Варшава 2013 година

- Конвекциона парна печка/печка со циркулација на топол воздух,
- микробранова печка,
- индукциски шпорет,
- грејач на чинии,
- Sous vide - уред за готвење на ниски температури,
- вакуумска машина за пакување,
- илуминатор за јајца,
- долна облека и садови,
- метални тацни за келнер,
- експлозивен чилер/чилер-замрзнувач,
- блендер,
- соковник,
- мултифункционален процесор за храна;
- прибор за јадење, прибор за јадење и стаклени садови и други прибор за сервирање храна,
- библиотека, кабинет за складирање,
- маси и столови,
- постелнина за маса,
- корпа и контејнери за сегрегиран отпад,

Комплет за украсување маси, садови и резба:

а) комплет за декорација на храна:

- острилка за зеленчук и овошје со најмалку три врвови,
- нож за мала спирала,
- нож за голема спирала
- шишиња за украсување
- калапи за редување храна
- гастрономски пинцети
- порционери
- Дупчалки

б) комплет за декорација на маса:

- венчални прстени,
- обични бели ленени салфетки 30x30, 40x40, 50x50.

в) комплет за резба-

- ножеви за сечење
- ножеви за резба
- секачи со различни форми
- топчести ножеви
- Ножеви во форма на V
- тркалезни ножеви
- декоратори
- лупечи
- засечени ножеви
- други алатки за резба

Основните наставни помагала се:

- станици опремени со опрема за кујна,
- комплет ножеви,
- мијалници,
- фрижидер,
- садови за јадење,
- прекривки за маса.

Основни наставни помагала се: опрема за молекуларна гастрономија (за работа со течен азот), уреди за мешање замрзнати сировини, скара, камен за печење и сервирање.

ЗАБЕЛЕШКА

Часовите кои се однесуваат на дополнителните стручни вештини треба да се одржуваат во реални услови. Тие може да се одржуваат во училишница за стручно образование, во простории на даден сопственик на бизнис или во центарот за стручно образование.

3.4. Услови кои треба да ги исполнат кандидатите во согласност со наставната програма за дополнителни вештини

Имплементација на наставната програма за дополнителни стручни вештини — „Создавање вкусови и декорирање јадења“ – бара:

- постигнувањето на наведените резултати од учењето.

Кога планирате курс за дополнителна стручна вештина – „Создавање вкусови и декорирање јадења“ — едукаторите треба да се погрижат да биде вклучена практична обука.

4. 2. Цели на учењето на дополнителното образование за стручни вештини

Лице кое завршува курс кој се врти околу дополнителната стручна вештина –“Создавање вкусови и декорирање јадења” треба да биде добро опремена за извршување на следните задачи:

1. Работење на машини и уреди за преработка на храна.
2. Примена на современи техники за подготовка на храна за создавање на вкусови типични за стариот полски
3. кујна, но со модерен пресврт.
4. Примена на современи техники за подготовка на храна за создавање нови вкусови.
5. Украсување и испраќање садови.
6. Изработка на украси од зеленчук и овошје.

Имплементација на наставната програма за дополнителни стручни вештини — „Создавање вкусови и декорирање јадења” – бара:

– постигнувањето на наведените резултати од учењето.

Кога планирате курс за дополнителна стручна вештина – „Создавање вкусови и декорирање јадења” — едукаторите треба да се погрижат да биде вклучена практична обука.

5. 4. Резултати од учењето на дополнителното образование за стручни вештини и критериуми за верификација за модулот Креирање вкусови

За извршување на задачите опфатени со курсот за дополнителни стручни вештини, студентите мора да ги постигнат следните резултати од учењето:

Резултати од учењето	Критериуми за верификација
Студентот:	Студентот:
Избира соодветна опрема за почетна и термичка обработка на производите	<ul style="list-style-type: none"> ■ Избира соодветни ножеви и безбедно ракува со нив ■ Професионално сече, сечка, сече коцки, итн. производи и состојки, и се служи храна на начин соодветен за даден тип на кујна ■ Управува со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна
Подготвува оброци во согласност со нарачката	<ul style="list-style-type: none"> ■ Го следи квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ Избира соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност
Подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош	<ul style="list-style-type: none"> ■ Објаснува и презентира рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ Го одредува времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ Ги наведува предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ Пребарува и комбинира производи и создава нови оброци и доаѓа до нови кулинарски идеи

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Претставува подготовка на „оброци со потпис“ ■ Ја оправдува употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и ги именува придобивките што произлегуваат од таквата употреба (поддржува промоција на локални брендови) ■ Ги оправдува причините за и против подготовка на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ Користи и комбинира состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ Одговорен е за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина ■ Ја зема предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) ■ Го анализира економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена)
Подготвува оброци карактеристични за даден тип на кујна	<ul style="list-style-type: none"> ■ Експерименти со комбинирање состојки карактеристични за даден тип на кујни ■ Подготвува оброци во согласност со рецептите, обрнувајќи особено внимание на вкусовите на оброците кои се служат како дел од индивидуални и групни нарачки ■ Подготвува нови оброци во согласност со актуелните трендови (на пр. здрава храна)

Резултати од учењето	Критериуми за верификација	Предмет
Студентот:	Студентот:	
Избира соодветна опрема за почетна и термичка обработка на производите	<ul style="list-style-type: none"> ■ Избира соодветни ножеви и безбедно ракува со нив ■ Професионално сече, сечка, сече коцки, итн. производи и состојки, и се служи храна на начин соодветен за даден тип на кујна ■ Управува со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	Машини и уреди за преработка на храна
Подготвува оброци во согласност со нарачката	<ul style="list-style-type: none"> ■ Го следи квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ Избира соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност 	Современи техники за подготовка на оброци
Подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош	<ul style="list-style-type: none"> ■ Објаснува и презентира рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ Го одредува времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ Ги наведува предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна 	Современи техники за подготовка на оброци

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Пребарува и комбинира производи; создава нови оброци и доаѓа со нови кулинарски идеи ■ Претставува подготовка на „оброци со потпис“ ■ Ја оправдува употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и ги именува придобивките што произлегуваат од таквата употреба (поддржува промоција на локални брендови) ■ Ги оправдува причините за и против подготовка на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ Користи и комбинира состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ Одговорен е за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина ■ Ја зема предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) ■ Го анализира економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена) 	
<p>Подготвува оброци карактеристични за даден тип на кујна</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Експерименти со комбинирање состојки карактеристични за даден тип на кујни ■ Подготвува оброци во согласност со рецептите, обрнувајќи особено внимание на вкусовите на оброците кои се служат како дел од индивидуални и групни нарачки ■ Подготвува нови оброци во согласност со актуелните трендови (на пр. здрава храна) 	<p>Современи техники за подготовка на оброци</p>

6. СПИСОК НА РЕЗУЛТАТИ ОД УЧЕЊЕТО ЗА ДОПОЛНИТЕЛНИ ПРОФЕСИОНАЛНИ ВЕШТИНИ И КРИТЕРИУМИ ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА ЗА МОДУЛОТ ЗА УКРАСУВАЊЕ ХРАНА

Резултати од учењето	Критериуми за верификација
Студентот:	Студентот:
<p>во променливи услови, ги користи потребните додатоци поврзани со сервирање јадења во дадена кујнска култура</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ го оправдува изборот на садови/садови за понуденото јадење ■ избира бои адекватни на приборот и понуденото јадење ■ го утврдува и оправдува квантитетот и квалитетот на јадењата неопходни за дадена нарачка или услуга
<p>избира техника на украсување и сервирање јадења</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ прави украсни елементи од јастиви и нејадливи елементи, прави украси од зеленчук, овошје, цвеќиња и сл. ■ користи јастиви и нејастиви украсни елементи и ги штити ножевите и опремата за резба ■ создава украсни аранжмани користејќи подготвени елементи и скулптури направени од салфетки, зеленчук, овошје итн.

ги составува боите на чинијата и распоредот на садовите – го изложува садот земајќи ги предвид уметничките вредности	<ul style="list-style-type: none"> ■ го изложува садот земајќи ги предвид уметничките вредности ■ изведува сопствени просторни композиции од подготвени јадења
го организира редоследот по кој се служат јадењата	<ul style="list-style-type: none"> ■ избира и го оправдува изборот на лице за извршување на зададените задачи од областа на послужување јадења (супи, салати, десерти и сл.) ■ ја договара со тимот временската рамка за послужување поединечни јадења и украси на трpezата ■ служи јадења со зачувување на нивните хранливи својства (топла, свежа, итн.)
врши резба на овошје и зеленчук користејќи различни методи на сечење	<ul style="list-style-type: none"> ■ изработува/создава мали цветови и минијатурни украсни елементи од посочените материјали ■ прави украсни цвеќиња, на пр. од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз ■ прави/создава украсни листови

Резултати од учењето	Критериуми за верификација	Предмет
Ученикот	Ученикот	
1. при променливи услови ги користи потребните додатоци поврзани со послужување јадења во дадена култура	<ul style="list-style-type: none"> ■ го оправдува изборот на садови/садови за понуденото јадење ■ избира бои адекватни на приборот и понуденото јадење ■ го утврдува и оправдува квантитетот и квалитетот на јадењата неопходни за дадена нарачка или услуга 	Техники на украсување/ Испраќање на садови
2. избира техника на украсување и послужување садови	<ul style="list-style-type: none"> ■ прави украсни елементи од јастиви и нејадливи елементи, прави украси од зеленчук, овошје, цвеќиња и сл. ■ користи ножеви и опрема за резба за украсување и заштита ■ создава украсни аранжмани користејќи подготвени елементи и скулптури направени од салфетки, зеленчук, овошје итн. 	Техники за украсување
3. ги составува боите на чинијата и распоредот на садовите.	<ul style="list-style-type: none"> ■ го изложува садот земајќи ги предвид уметничките вредности ■ изведува сопствени просторни композиции од подготвени јадења 	Техники за украсување
4. го организира редоследот по кој се служат јадењата	<ul style="list-style-type: none"> ■ избира и го оправдува изборот на лице за извршување на зададените задачи од областа на послужување јадења (супи, салати, десерти и сл.) ■ ја договара со тимот временската рамка за послужување поединечни јадења и украси на трpezата ■ служи јадења со зачувување на нивните хранливи својства (топла, свежа и сл.) 	Испраќање на садови

5. врши резба на овошје и зеленчук користејќи различни методи на сечење	<ul style="list-style-type: none"> ■ изработува/создава мали цветови и минијатурни украсни елементи од посочените материјали ■ прави украсни цвеќиња, на пр. од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз ■ прави/создава украсни листови 	Изработка на украси со зеленчук и овошје
---	--	--

7. ДОПОЛНИТЕЛНО СТРУЧНО ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ВЕШТИНИ - НАСТАВЕН ПЛАН „СОЗДАВАЊЕ ВКУСОВИ“.

Предмет	Тема на модулот	Број на часови	Коментари
I. Машини и уреди за преработка на храна	Професионални кујнски ножеви и нивна употреба	2	
	Опрема за мелење (сечење, сечкање, нуркање итн.) и сервирање храна	1	
	Модерни алатки и комплети за украсување	1	
	Опрема што се користи за готвење во согласност со современите техники за готвење	2	
	Вакуумска опрема и техники	1	
	Современа опрема и техники за пушење	1	
	Опрема и техники за сос видео	1	
	Алатки и комплети за молекуларна кујна	1	
	Анти-решетки	1	
	РасоJet опрема	1	
	Сифони и нивна употреба	1	
	железна скара	1	
Креирање и сервирање оброци на камен	1		
II. Современи техники за подготовка на оброци	Правила за планирање на подготовка на оброци и пијалоци	1	
	Фази на планирање на производот	1	
	Планирање на производи за различни групи на потрошувачи и услуги	2	
	Складирање на храна	1	
	Пресметка на цената	1	
	Соработка со локални добавувачи	2	
	Карактеристики на новите кулинарски техники	2	
	Нови техники за мариноване и пушење — практични вежби — авангардни кисели краставички	3	
	Не толку очигледна комбинација на вкусови - вежби	2	
	Техника за спарување на храна	5	
Технички вакуум	5		

	Подготовка на јадења од молекуларна кујна	5	
	Подготовка на јадења од фузија кујна	5	
	Мултикултурни аспекти во готвењето — практични вежби	5	
	Подготовка на јадења карактеристични за локалната кујна	5	
	Полска кујна со модерен пресврт — практични вежби	5	
	Подготовка на модерни вегетаријански оброци — вежби	5	
	Современи техники за подготовка на здрави оброци — вежби	5	
	Современи техники за украсување и сервирање на храна — вежби	5	
Вкупно:		80	

8. ДОПОЛНИТЕЛНО СТРУЧНО ОБРАЗОВАНИЕ - НАСТАВЕН ПЛАН ЗА „ДЕКОРИРАЊЕ САДОВИ“.

Предмет	Тема на модулот	Број на часови	Коментари
I. Техники за декорирање на храна	Украси за јадење и нејастиви	2	
	Основи на уредување и украсување чинија - позлата	2	
	Опрема за создавање декорации	2	
	Креирање украси за чинии со користење на: растително пире, ароматизиран мајонез, со користење на прашок од зеленчук и печурки, со користење на сифон за шлаг и микробранова печка (т.н. брзи бисквити, сунѓери за вкус во разни бои)	8	
	Украсување на чиниите со распоредување на елементите на садот на посебен начин и нивно правилно сечење	2	
	Креирање украси со користење на растителни тулови	2	
	Употреба на елементи од леб во декорацијата	2	
	Создавање чипс од ориз во различни бои и вкусови за употреба во солени и слатки јадења	2	
	Декоративни аранжмани со помош на подготвени елементи и скулптури направени од салфетки, зеленчук, овошје	2	
	Просторни композиции	2	
II. Редослед по кој се служат јадењата	Редоследот по кој се служи храна и пијалаци	1	
	Технички решенија од областа на испраќање храна	1	
	Температура на дистрибуирана храна	1	
	Складирање на храна	1	
	Распределба на задачи од областа на послужување јадења	1	
	Хигиенско ракување со храната	1	
	Практично ракување со храната	5	

III. Изработка на украси со зеленчук и овошје	Резбарство – вовед	1	
	Алатки и ножеви	1	
	Складирање на овошни украси	2	
	Овошни аранжмани	8	
	Подготовка на зеленчук, алати и ножеви за работа	1	
	Техники на сечење	1	
	Складирање на украси	1	
	Декорации од зеленчук	8	
Вкупно		60	

9. НАСТАВНА ПРОГРАМА ЗА ПРЕДМЕТИ ЗА ДОПОЛНИТЕЛНИ СТРУЧНИ ВЕШТИНИ

Предмети

1. Машини и уреди за преработка на храна
2. Современи техники за подготовка на оброци
3. Техники за украсување храна
4. Експедиција за храна
5. Изработка на украси со зеленчук и овошје

9.1. Машини и уреди за преработка на храна

Главни цели

1. Правилен избор на ножеви и правилни (безбедни) процедури за ракување со ножеви.
2. Професионална подготовка на храна: сечење, сечкање, сечкање на коцки итн. и сервирање на храната соодветно за даден тип на кујна.
3. Запознавање со алатките на занаетот неопходни за подготовка на храна и нивното работење.

Оперативни цели

1. да се опише наменетата употреба на дадените типови ножеви за подготовка на храна;
2. да може без помош да сече, сечка, коцка и слично храна; и
3. да ја опише намената употреба на алатките за занает што се бараат во модерната кујна.

Барања од наставната програма	Тема на модулот	Доделени часови	Барања од наставната програма		Коментари
			Основни Ученикот знае како да:	Дополнителни Ученикот знае како да:	
I.Машини и уреди за преработка на храна	Професионални кујнски ножеви и нивна употреба	2	<ul style="list-style-type: none"> изберете и ракувајте со ножевите правилно и безбедно 	<ul style="list-style-type: none"> дефинирајте ја наменетата употреба на дадените типови кујнски ножеви 	
	Опрема за мелење (сечење, сечкање, нуркање итн.) и сервирање храна	1	<ul style="list-style-type: none"> професионално исечете, исечкајте, коцки итн. и послужете ја храната соодветно за даден тип на кујна ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	<ul style="list-style-type: none"> користете алатки од занаетот за мелење (сечење, сечкање, нуркање и сл.) и послужување храна 	
	Модерни алатки и комплекти за украсување	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете модерни алатки и комплекти за украсување 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Опрема што се користи за готвење во согласност со современите техники за готвење	2	<ul style="list-style-type: none"> идентификуваат алатки од занаетот што се користат за подготовка на оброци во согласност со современите техники за готвење 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Опрема и техники за вакуумирање	1	<ul style="list-style-type: none"> идентификуваат алатки од занаетот што се користат за подготовка на оброци во согласност со современите техники за готвење 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Современа опрема и техники за пушење	1	<ul style="list-style-type: none"> идентификуваат алатки од занаетот што се користат за подготовка на оброци во согласност со современите техники за готвење 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Опрема и техники за sous vide	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете ги алатките на занаетот за готвење sous vide 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Алатки и комплекти за молекуларна кујна	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете алатки и комплекти за молекуларна кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	

Барања од наставната програма	Тема на модулот	Доделени часови	Барања од наставната програма		Коментари
			Основни Ученикот знае како да:	Дополнителни Ученикот знае како да:	
	Анти-решетки	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете анти-решетки 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	РасоJet опрема	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете ја опремата на РасоJet 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Сифони и нивна употреба	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете ги областите на примена на сифонот во модерната кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	железна скара	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете панча скари 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	
	Креирање и сервирање оброци на камен	1	<ul style="list-style-type: none"> наведете ги алатките за занает неопходни за создавање и сервирање оброци на камен 	<ul style="list-style-type: none"> ракуваат со алатки од трговијата неопходни за подготовка на храна 	

9.2.Техники за декорирање храна

Општи цели на предметот

- Учење на техниките на украсување и сервирање храна.
- Учење на принципите на составување на бои за храна.
- Учење на принципите на распоредување на храната во чинија.

Оперативни цели

- Опишете украси кои може да се јадат и оние кои не се за јадење.
- Направете сами украси од зеленчук или овошје.
- Оправдајте ја употребата на алатки за украсување.
- Креирајте украсни аранжмани користејќи подготвени елементи и скулптури од салфетки, зеленчук, овошје итн.

5. Прикажи јадења со уметнички вредности.

6. Направете сами просторни композиции од подготвени јадења.

Барања од наставната програма	Тема на модулот	Доделени часови	Барања од наставната програма		Коментари
			Основни Ученикот знае како да:	Дополнителни Ученикот знае како да:	
I.Техники за декорирање храна	Украси за јадење и нејастиви	2	<ul style="list-style-type: none"> укажуваат на елементи на декорација направени од елементи што може да се јадат и што не се за јадење дентификувајте ја употребата на украси што може да се јадат и што не се за јадење 	<ul style="list-style-type: none"> ги карактеризираат елементи на декорацијата што може да се јадат и што не се за јадење 	
	Основи на уредување и украсување чинија - позлата	2	<ul style="list-style-type: none"> ги карактеризираат правилата за позлата дискутира за чинии и комплети чинии за позлата 	<ul style="list-style-type: none"> ги применува принципите на избор на садови и збир на садови за позлата 	
	Опрема за создавање украси	2	<ul style="list-style-type: none"> идентификувајте ги ножевите и опремата за украсување 	<ul style="list-style-type: none"> користете ножеви и опрема за украсување 	
	Создавање декорации на чинии со користење на: растително пире, ароматизиран мајонез, со користење на прашок од зеленчук и печурки, со помош на сифон за шлаг и микробранова печка (т.н. брзи бисквити, сунѓери за вкус во различни бои)	8	<ul style="list-style-type: none"> укажуваат на елементи на декорација направени од елементи што може да се јадат и што не се за јадење идентификувајте ја употребата на украси што може да се јадат и што не се за јадење 	<ul style="list-style-type: none"> користете елементи на декорација направени од елементи што може да се јадат и што не се за јадење направете ваша декорација од зеленчук, овошје, цвеќиња итн. прикажете го садот со уметнички вредности 	
	Украсување на чиниите со распоредување на елементите на садот на посебен начин и нивно правилно сечење	2	<ul style="list-style-type: none"> го карактеризираат составот на јадењата земајќи ги предвид уметничките вредности 	<ul style="list-style-type: none"> прикажете го садот со уметнички вредности 	

Барања од наставната програма	Тема на модулот	Доделени часови	Барања од наставната програма		Коментари
			Основни Ученикот знае како да:	Дополнителни Ученикот знае како да:	
	Креирање украси со користење на растителни тулови	2	<ul style="list-style-type: none"> карактеризираат декоративни аранжмани користејќи подготвени елементи и скулптури направени од салфетки, зеленчук, овошје итн. 	<ul style="list-style-type: none"> креирајте украсни аранжмани користејќи подготвени елементи и скулптури направени од салфетки, зеленчук, овошје и сл. прикажете го садот со уметнички вредности 	
	Употреба на елементи од леб во декорацијата украси	2	<ul style="list-style-type: none"> укажуваат на елементи на декорација направени од елементи што може да се јадат и што не се за јадење идентификувајте ја употребата производи на што може да се јадат и што не се за јадење 	<ul style="list-style-type: none"> користете што може да се јадат и што не се за јадење елементи за декорација направете ваша декорација од зеленчук, овошје, цвеќиња итн. 	
	Создавање чипс од ориз во различни бои и вкусови за употреба во солени и слатки јадења	2	<ul style="list-style-type: none"> укажуваат на елементи на декорација направени од елементи што може да се јадат и што не се за јадење идентификуваат употреба на украси што може да се јадат и што не се за јадење користат украсни елементи што може да се јадат и што не се за јадење 	<ul style="list-style-type: none"> користете елементи на декорација направени од елементи што може да се јадат и што не се за јадење направете ваша декорација од зеленчук, овошје, цвеќиња итн 	
	Декоративни аранжмани со помош на подготвени елементи и скулптури направени од салфетки, зеленчук, овошје	2	<ul style="list-style-type: none"> карактеризираат декоративни аранжмани со помош на подготвени елементи и скулптури направени од салфетки 	<ul style="list-style-type: none"> направете сами украсни аранжмани користејќи подготвени елементи и скулптури направени од салфетки 	
	Просторни композиции	2	<ul style="list-style-type: none"> карактеризирајте ги сопствените просторни композиции од подготвени јадења 	<ul style="list-style-type: none"> направете свои просторни композиции од подготвени јадења 	

ПОСТАПКИ ЗА ПОСТИГНУВАЊЕ ЦЕЛИ И ИСХОДИ НА УЧЕЊЕТО

Предложени наставни методи:

Часовите треба да вклучуваат индивидуална работа и тимска работа. Методи за презентација на предметот: предавања, разговори, описи или објаснувања дополнети со методи за

активирање, вклучувајќи, меѓу другото, студии на случај, демонстрации, практични вежби или симулации.

Наставни материјали:

Препорачани наставни материјали вклучуваат особено:

- визуелни материјали како табли, флипчарти, отпечатоци, фотографии, каталози, работни листови, закони за OHS итн.; или
- визуелни и аудитивни материјали, вклучувајќи онлајн ресурси и упатства поврзани со темата на прехранбени производи и подготовка на оброци, или други мултимедија.

Наставата треба да се одржува во училница опремена со компјутер поврзан на Интернет.

Дополнителна задолжителна дидактичка опрема и наставни материјали:

Работна станица на наставникот поврзана со: локална мрежа и Интернет, мултифункционален уред, дигитален проектор или интерактивна табла или екран. Комплет вежби, заедно со инструкции, картички за самооценување и работни листови за учениците. Станици за практични вежби.

Барања за спроведување на наставната програма:

Наставата треба да се одржува во соодветна училница за стручно образование и учениците да работат индивидуално или во парови.

Предложени методи за евалуација и оценување:

Постигнувањето на целите и исходите на учењето ќе се оценува врз основа на практични вежби и со разгледување на исправноста и квалитетот на задачата и нејзиниот визуелен ефект. Сите достигнувања треба да се проверуваат на постојана основа во текот на курсот и врз основа на критериумите презентирани на почетокот.

Методи за евалуација и оценување на предметот:

При оценувањето на предметот, може да се користи следново:

- тестови за постигнување;
- самооценување на наставникот;
- анкети за оценување на часовите; или
- мислења на трети лица (инспектори).

Квалитетот на наставниот процес и добиените резултати во голема мера зависи од наставната програма, т.е.

- неговиот концепт;
- изборот на наставни методи и техники;
- наставните материјали што се користат за постигнување на целите на учењето; и
- образовната содржина – тема на изучување.

Доколку се следи наставната програма, треба да се постигнат основните цели за учење. Во оваа фаза на евалуација на наставната програма, може да се користи следново:

- списоци на тековни достигнувања;
- картички/обрасци за самооценување;
- набљудувања (сеопфатни, селективни – фокусирани на поединечни елементи, на пр. развој на клучни вештини или ставови, индивидуализација, методи и услови за имплементација).

Како дел од евалуацијата на наставната програма, треба да се дефинира и анализира следново:

- содржината на која учениците лесно се паметат;
- содржината која учениците им е тешко да ја запомнат;
- наставните материјали и методи; и
- постигнатите резултати;

Горенаведените активности ќе овозможат оптимизација на наставната програма, алатките на занаетот, како и наставните материјали и методи.

9.3. Современи техники за подготовка на оброци

Главни цели

1. Подготовка на оброци во согласност со нарачката.
2. Без помош приготвување традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна.
3. Подготовка на оброк карактеристичен за даден тип на кујна.

Оперативни цели

1. да го следи квалитетот и количината на оброци подготвени според нарачката;
2. да се изберат соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност;
3. да објаснува и презентира рецепти карактеристични за даден вид кујна;
4. да го одредите времето потребно за завршување на дадената нарачка;
5. да ги наведе предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброци карактеристични за даден тип на кујна;
6. да пребарува и комбинира производи; да креирате нови оброци и да излезете со нови кулинарски идеи;
7. да се презентира подготовката на „оброците со потпис“;
8. да се оправда употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и да се именуваат придобивките кои произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови);
9. да ги оправдаат причините за и против подготовка на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите;
10. да користи и комбинира состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна;
11. да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина;
12. да се земе предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба); и
13. да се анализира економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена).

Барања од наставната програма	Тема на модулот	Доделени часови	Барања од наставната програма		Коментари
			Основни Ученикот знае како да:	Дополнителни Ученикот знае како да:	
II. Современи техники за подготовка на оброци	Правила за планирање на подготовка на оброци и пијалоци	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката 	<ul style="list-style-type: none"> ■ анализирајте го економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена) 	
	Фази на планирање на производот	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката 	<ul style="list-style-type: none"> ■ анализирајте го економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена) 	
	Планирање на производи за различни групи на потрошувачи и услуги	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката 	<ul style="list-style-type: none"> ■ анализирајте го економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена) 	
	Складирање на храна	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност 	<ul style="list-style-type: none"> ■ анализирајте го економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена) 	
	Пресметка на цената	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ анализирајте го економскиот аспект на подготовката на храната, во зависност од видот на кујната (со осврт на вкусовите, времето на подготовка, достапноста на состојките или нивната цена) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка 	

	Соработка со локални добавувачи	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ги карактеризираат локалните добавувачи 	
	Карактеристики на новите кулинарски техники	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	
	Нови техники за мариноване и пушење — практични вежби — авангардни кисели краставички	3	<ul style="list-style-type: none"> ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ■ подгответе оброци во согласност со нарачката ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Не толку очигледна комбинација на вкусови - вежби	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	

Техника за спарување на храна	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ самостојно подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
Вакуум техники	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ самостојно подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Подготовка на јадења од молекуларна кујна	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ самостојно подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Подготовка на јадења од фузирана кујна	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ самостојно подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Мултикултурни аспекти во готвењето — практични вежби	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ самостојно подготвува традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 		
	Подготовка на јадења карактеристични за локалната кујна	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ подготвуваат традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	

			<ul style="list-style-type: none"> земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 		
	Полска кујна со модерен пресврт — практични вежби	5	<ul style="list-style-type: none"> подготвуваат традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Мени за дегустација	5	<ul style="list-style-type: none"> подготвуваат традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош 	<ul style="list-style-type: none"> следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Современи техники за подготовка на здрави оброци — вежби	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ подготвуваат традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
	Современи техники за украсување и сервирање на храна — вежби	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ подготвуваат традиционални и модерни оброци карактеристични за даден тип на кујна без помош ■ подготвуваат оброци карактеристични за даден тип на кујна ■ објаснуваат и презентираат рецепти карактеристични за даден тип на кујна ■ наведете го времето потребно за да се заврши дадената нарачка ■ наведете ги предностите и недостатоците поврзани со 	<ul style="list-style-type: none"> ■ следете го квалитетот и количината на оброците подготвени во согласност со нарачката ■ изберете соодветни средства и начини на складирање и транспорт за да не се наруши вкусот на подготвените оброци или да се загрози нивната хранлива вредност ■ оправдајте ги причините за и против подготовката на одредени оброци во контекст на преференциите и вкусовите на клиентите 	

			<p>подготовката на оброците карактеристични за даден тип на кујна</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ барајте и комбинирајте производи; креирајте нови оброци и смислувајте нови кулинарски идеи ■ презентирање на подготовка на „оброци со потпис“ ■ оправдајте ја употребата на состојки од локално потекло корисни во одреден тип на кујна и именете ги придобивките што произлегуваат од таквата употреба (за поддршка на промоција на локални брендови) ■ земете ја предвид достапноста на сезонски или свежи производи или производи (на пр. риба) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ користете и комбинирајте состојки (на пр. зачини) карактеристични за даден тип на кујна ■ да биде одговорен за нарачка на готови и полупроизводи со релевантен квалитет и во соодветна количина 	
--	--	--	---	--	--

9.4. Редослед по кој се служат јадењата

Општи цели на предметот

1. Го организира редоследот по кој се служат јадењата.
2. При променливи услови ги користи потребните додатоци поврзани со послужување јадења во дадена кујнска култура.

Оперативни цели

1. Оправдајте го изборот на комплет/сад за понуденото јадење.
2. Наведете и оправдајте го квантитетот и квалитетот на јадењата потребни за дадена нарачка или услуга.
3. Изберете и оправдајте го изборот на лице кое ќе ги извршува зададените задачи од областа на послужување јадења (супи, салати, десерти и сл.
4. Одредете ја со тимот временската рамка за послужување поединечни јадења и украси на трpezата.
5. Опишете ги активностите на сервирање јадења со зачувување на нивните хранливи својства (топла, свежа и сл.).
6. Дајте јадења зачувувајќи ги нивните хранливи својства (топла, свежа и сл.).

Одделот програмски	Теми единици методички	Број часови _	Барања софтвер		Коментари за имплементацијата
			Основни Студентот може:	Секундарни Студентот може:	Фаза на имплементација
II. Распоред	Нарачки, трошење и пијалоци	1	<ul style="list-style-type: none"> разговара со луѓето за извршување на зададените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) разговара за привремено трошење поединечни јадења и декор маса 	<ul style="list-style-type: none"> дефинира рокови прегледи тековни и периодични колички камион 	Класа V првите шест месеци
	Технички решенија за распоред	1	<ul style="list-style-type: none"> разговарајте за луѓето за извршување на зададените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) разговараат за привремено трошење поединечни јадења и декор маса разговараат за техничките решенија во експедицијата на терен 	<ul style="list-style-type: none"> изберете и оправдајте избрани луѓе да ги извршуваат доделените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) договорете со тимот рамка привремено трошење поединечни јадења и декор маса трошат оброци со грижа нивните својства хранливи (топло, свежо итн. _ 	
	Соодветни температури	1	<ul style="list-style-type: none"> за размена на температура издадени јадења разговарајте за процесот на трошење оброци со грижа за нивните својства хранливи (топло, свежо итн 	<ul style="list-style-type: none"> трошат оброци со грижа нивните својства хранливи (топли, свежи итн 	
	Складирање и редослед за складирање	1	<ul style="list-style-type: none"> опишете ги условите за складирање и складирање магла разговарајте за процесот на трошење оброци со грижа за нивните својства хранливи (топло, свежо итн 	<ul style="list-style-type: none"> трошат оброци со грижа нивните својства хранливи (топли, свежи итн 	
	Распределба на задолженија и распоред на трошоци	1	<ul style="list-style-type: none"> разговарајте за луѓето за извршување на зададените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) разговараат за привремено трошење поединечни јадења и декор маса 	<ul style="list-style-type: none"> изберете и оправдајте избрани луѓе да ги извршуваат доделените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) договорете со тимот рамка привремено трошење поединечни јадења и декор маса 	

				<ul style="list-style-type: none"> ■ трошат оброци со грижа нивните својства хранливи (топло, свежо итн. _ 	
	Трошоци и распоред за хигиена	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ разговарајте за луѓето за извршување на зададените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) ■ разговараат за привремено трошење поединечни јадења и декор маса ■ разговараат за хигиенски правила експедиција 	<ul style="list-style-type: none"> ■ изберете и оправдајте избрани луѓе да ги извршуваат доделените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) ■ договорете со тимот рамка привремено трошење поединечни јадења и декор маса ■ трошат оброци со грижа нивните својства хранливи (топло, свежо итн. _ 	
	Практичен распоред	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ разговарајте за количината и квалитетот на јадењата неопходни за дадените нарачки или услуги, ■ разговарајте за луѓето за извршување на зададените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) ■ разговараат за привремено трошење поединечни јадења и декор маса ■ разговараат за техничките решенија во експедицијата на терен 	<ul style="list-style-type: none"> ■ дефинирање и оправдување на количината и квалитетот на јадењата потребни за дадените нарачки или услуги, ■ изберете и оправдајте избрани луѓе да ги извршуваат доделените задачи на терен, трошејќи јадења (супи, салати, десерти итн.) ■ договорете со тимот рамка привремено трошење поединечни јадења и декор маса ■ трошат оброци со грижа нивните својства хранливи (топло, свежо итн. _ 	

9.5. Изработка на украси со зеленчук и овошје

Општи цели на предметот

1. изработка на резба на овошје
2. правење резба на зеленчук
3. користење на различни начини на сечење.

Оперативни цели

1. од наведените материјали изработете ситни цветови и минијатурни украсни елементи,
2. направете украсни цвеќиња,
3. направете украсни листови.

Одделот програмски	Теми единици методички	Број часови _	Барања		Коментари за имплементацијата
			Основни Студентот може:	Секундарна Студентот може:	
II. Вежба декорација со зеленчук и овошје	Резбарство - воедни информации	1	<ul style="list-style-type: none"> опишете што е резба 	<ul style="list-style-type: none"> дефинираат корисност резба за декорација магла 	
	Алатки и ножеви	15	<ul style="list-style-type: none"> опишете ножеви и опрема за резба _ 	<ul style="list-style-type: none"> користи за изведување украсување и прицврстување ножеви и опрема за резба _ 	
	Декорација на овошје за чување _	2	<ul style="list-style-type: none"> опиши го начинот на складирање на декорација на овошје _ 	<ul style="list-style-type: none"> карактеризираат начин за складирање на декорација на овошје _ 	
	Овошни аранжмани _		<ul style="list-style-type: none"> опишете го начинот на извршување ситни цвеќиња и минијатурни елементи украсни Тоа укажуваше на материјали опишете го начинот на извршување цвеќиња украсни, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ опише начин извршување / создавање остава декоративни 	<ul style="list-style-type: none"> изведете/создадете ситни цвеќиња и минијатурни елементи декоративни што се наведени материјали изведете украсни цвеќиња, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ изведуваат / создаваат лисја декоративни 	
	Подготовка на зеленчук, алати и ножеви за работа		<ul style="list-style-type: none"> опишете го начинот на извршување ситни цвеќиња и минијатурни елементи украсни Тоа укажуваше на материјали опишете го начинот на извршување цвеќиња украсни, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ опише начин извршување / создавање остава декоративни 	<ul style="list-style-type: none"> изведете/создадете ситни цвеќиња и минијатурни елементи декоративни што се наведени материјали изведете украсни цвеќиња, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ изведуваат / создаваат лисја декоративни 	

	техники за сечење		<ul style="list-style-type: none"> ■ опишете техничарски исечоци ситни цвеќиња и минијатурни украсни елементи ■ Тоа укажуваше на материјали ■ опишете го начинот на извршување цвеќиња украсни, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ ■ опише начин извршување / создавање остава декоративни 	<ul style="list-style-type: none"> ■ изведете / создадете техничар сече помали цвеќиња и минијатурни елементи декоративни Тоа наведени материјали ■ изведете украсни цвеќиња, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ ■ изведуваат / создаваат лисја декоративни 	
	Складирање на декорации		<ul style="list-style-type: none"> ■ опишете начин за складирање декорација од зеленчук 	<ul style="list-style-type: none"> ■ карактеризираат начин складирање декорација од зеленчук 	
	Декорации од зеленчук _		<ul style="list-style-type: none"> ■ опишете го начинот на извршување ситни цвеќиња и минијатурни елементи украсни ■ Тоа укажуваше на материјали ■ опишете го начинот на извршување цвеќиња украсни, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ ■ опише начин извршување / создавање остава декоративни 	<ul style="list-style-type: none"> ■ изведете/создадете ситни цвеќиња и минијатурни елементи декоративни што се наведени материјали ■ изведете украсни цвеќиња, меѓу другото од кромид, цвекло, келераба, шишарки од морков, магдонос, праз _ ■ изведуваат / создаваат лисја декоративни 	

ПОСТАПКИ ЗА ПОСТИГНУВАЊЕ ЦЕЛИ И ИСХОДИ НА УЧЕЊЕТО

Предложени наставни методи:

Часовите треба да вклучуваат индивидуална работа и тимска работа. Методи за презентација на предметот: предавања, разговори, описи или објаснувања дополнети со методи за активирање, вклучувајќи, меѓу другото, студии на случај, демонстрации, практични вежби или симулации.

Наставни материјали:

Препорачани наставни материјали вклучуваат особено:

- визуелни материјали како табли, флипчарти, отпечатоци, фотографии, каталози, работни листови, закони за OHS итн.; или

- визуелни и аудитивни материјали, вклучувајќи онлајн ресурси и упатства поврзани со темата на прехранбени производи и подготовка на оброци, или други мултимедија.

Наставата треба да се одржува во училница опремена со компјутер поврзан на Интернет.

Дополнителна задолжителна дидактичка опрема и наставни материјали:

Работна станица на наставникот поврзана на: локалната мрежа и интернетот, повеќефункционален уред, дигитален проектор или интерактивна табла или екран. Комплет вежби, заедно со инструкции, картички за самооценување и работни листови за учениците. Станици за практични вежби за современи техники за подготовка на храна.

Барања за спроведување на наставната програма:

Наставата треба да се одржува во соодветна училница за стручно образование и учениците да работат индивидуално или во парови.

Предложени методи за евалуација и оценување:

Постигнувањето на целите и исходите на учењето ќе се оценува врз основа на практични вежби и со разгледување на исправноста и квалитетот на задачата и нејзиниот визуелен ефект. Сите достигнувања треба да се проверуваат на постојана основа во текот на курсот и врз основа на критериумите презентирани на почетокот.

Методи за евалуација и оценување на предметот:

При оценувањето на предметот, може да се користи следново:

- тестови за постигнување;
- самооценување на наставникот;
- анкети за оценување на часовите; или
- мислења на трети лица (инспектори).

Квалитетот на наставниот процес и добиените резултати во голема мера зависи од наставната програма, т.е.

- неговиот концепт;
- изборот на наставни методи и техники;
- наставните материјали што се користат за постигнување на целите на учењето; и
- образовната содржина – тема на изучување.

Доколку се следи наставната програма, треба да се постигнат основните цели за учење. Во оваа фаза на евалуација на наставната програма, може да се користи следново:

- списоци на тековни достигнувања;
- картички/обрасци за самооценување; или
- набљудувања (сеопфатни, селективни – фокусирани на поединечни елементи, на пр. развој на клучни вештини или ставови, индивидуализација, методи и услови за имплементација).

Како дел од евалуацијата на наставната програма, треба да се дефинира и анализира следново:

- содржината на која учениците лесно се паметат;
- содржината која учениците им е тешко да ја запомнат;
- наставните материјали и методи; и
- постигнатите резултати;

Горенаведените активности ќе овозможат оптимизација на наставната програма, алатките на занаетот, како и наставните материјали и методи.

10. СОЗДАВАЊЕ ВКУСОВИ

Создавање вкусови

Храната е основа на постоењето на секој жив организам. Промените во прехранбените навики на луѓето нудат можност да се создадат нови вкусови на храната и да се подобрат традиционалните. Јадењето е и потреба и задоволство, особено ако храната е добро зачинета и направена по рецепт. На секое живо месо и риба им треба вкус, позадина во која главната состојка е посебна. Доволно е прстофат од овој или оној зачин и производот не само што ќе изгледа привлечно, туку и ќе има арома при обработка, додека конечно не се растопи во бура од софистицирани вкусови на непцето.

Вкусот е крал, а текстурата е кралица

Неодамнешното истражување на пазарот укажува на силен интерес на клиентите за сензациите на вкус додека јадат. Текстурата на производот игра важна улога во овој процес.

Од една страна, овој ефект може да се постигне преку процесот на производство, а од друга страна, со додавање на различни состојки, потрошувачите бараат нови вкусови во комбинација со познати вкусови, што доведува до интересни комбинации. Вкрстувањето на вкусовите на навидум неусогласените состојки е знак на кулинарска креативност.

1. Техники за готвење

Готвењето е кулинарска уметност поврзана со подготовка на јадења. Со цел вешто да се истражат тајните на уметноста на готвење, важно е да се знаат основните кулинарски техники.

Најпопуларните класични и модерни начини на подготовка на јадења се:

1. Бланширање - се состои во краткотрајно потопување во зовриена вода или ставање на состојките во ладна вода и нивно отстранување веднаш кога водата ќе зоврие.

2. Деглазирање. Тајната на оваа техника е да се „излупи“ вкусот од состојките кои претходно биле пржени во тава. Се што треба да направите е да го истурите остатокот од маснотиите и да додадете мала количина течност, на пр. вода, супа, вино или крем до она што е оставено на дното. Течноста треба да се свари, со шпатула нежно изгребете ги остатоците од тавата и измешајте - на овој начин ќе подготвите ароматичен сос.

3. Декострукција – Оваа техника може да се примени буквално на секое јадење. Се состои во менување на презентацијата на поединечните состојки додека се одржува, а понекогаш дури и се подобрува, карактеристичниот вкус.

4. Динстање – комбинира пржење и варење. Готењето главно се користи за приготвување јадења од различни видови месо, каде самото печење може само да ги исуши. Готењето е слично на печењето во водена бања, но има предност што може да се прави во тенџере или тава кога нема перна.

5. Емулзификација – техника за готвење која ви овозможува трајно комбинирање на масни и водени материји. Како резултат на тоа, се формираат емулзии, давајќи му на јадењето нова структура. Тие можат да содржат секаков вкус и да ги обојат во која било боја.

6. Ферментација – најстариот метод на ферментација на храната е млечна ферментација, која се состои во производство на млечна киселина во аеробни услови. Неговите бактерии се наоѓаат, меѓу другите, во лисјата од свежа рибизла, рен и киселица. Овие производи и сол ви овозможуваат контролирано да ја исушите или навлажнете речиси секоја храна.

7. Фламбирање – посипување на готовото јадење со алкохол и запалување на истото.

8. Украсување – украсување оброци и мешани пијалоци.

9. Застаклување – метод кој се користи за сервирање на зеленчукот варен во мала количина на вода. Сварениот зеленчук посипете го со брашно од компир, па повторно ставете го во водата и сварете го.

10. Sous-vide – или готвење во вакуум сад. Храната се подготвува на ниска температура. Сè останува јадењето, вкусот и аромата. Подготвениот производ се вари во вода, одржувајќи рамномерна, ниска температура долго време, односно „водена бања“.

11. Готвење на пареа – е многу здрав начин на приготвување храна, благодарение на тоа што не се губат многу вредни хранливи материји. За време на готвењето на пареа, највредните микронутриенти не се оттргнуваат, а производите ја задржуваат формата, вкусот и изгледот.

12. Готвење под притисок – т.н. Користиме садови под притисок главно кога подготвуваме јадења од производи кои се готват долго време. Овој метод се заснова на фактот дека притисокот што се создава внатре во тенџерето со посебен, цврст капак овозможува да се добие температура од приближно 110–120°C. Двата фактори: температурата и притисокот го скратуваат времето на готвење до 30%.

13. Традиционално готвење – се состои во загревање на храната во зовриена вода на температура од 98–100°C. Ваквото готвење на храната предизвикува омекнување на ткивата и растворање на хранливите материји.

14. Готвење во водена бања – го користиме кога сакаме да подготвиме крем или сос на база на путер или јајца, како и кога сакаме да ги раствориме состојките кои лесно горат, како путер или чоколадо.

15. Печење на скара – вклучува пржење месо и зеленчук без маснотији. Во моментов имаме и електрични и плински скари.

16. Кандирање – конзервирање на цело или исечено овошје. Овој третман вклучува готвење на овие производи неколку пати во сирупи со зголемена содржина на шеќер, благодарение на што овошјето ја задржува саканата форма.

17. Бистрење – техника за готвење која вклучува отстранување на пена и заматени суспензии од површината на површината од месо, зеленчук, риба и овошје, како и конзерви и џем од сливи. Храната станува чиста и повкусна. Најчести бистрења се супа, вино и џемови.

18. Компресирање е вакуумско пакување на храната за да и се даде уникатен вкус или боја. Се разбира, прво мора да го ставиме производот со вистински вкусови, на пр. премачкајте го месото со билки или ставете парчиња овошје во шеќерен сируп.

19. Пастеризација – метод за зачувување на производи, што вклучува уништување на микроорганизми на високи температури, со нивно загревање неколку минути – на пример, сокови или млеко. Производите можете да ги пастеризирате и кога се затворени во стаклени садови, така што ќе ги ставите во големо тенџере исполнето со врела вода.

20. Саламурење – техника на готвење која вклучува обработка на месото со саламура или мешавина за пушење на месото. Резултатот од овој процес е зачувување на бојата, создавање на карактеристичниот вкус и мирис на месото и продолжување на рокот на траење на производот.

21. Печење месо во рерна – Месото главно го печеме во рерна, но може да подготвиме и разни јадења од компири, ориз, тестенини, а да печеме само зеленчук, сарма и џем.

22. Запржување – згуснување на сосовите и супите со додавање крем, кефир, брашно.

23. Печење – термичка обработка на температура од 100 ° C. Производите се печат во сопствена течност или во малку вода или маснотии за суви производи.

24. Соте – техника на пржење парчиња месо, риба, без панирање, посипани само со сол, бибер или билки.

25. Пржење во тава – За пржење во тава потребни се повисоки температури (околу 250°C). Многу е важно маснотијата добро да се загрее пред пржење. Меѓутоа, неодамна стана многу популарно да се пржи без или со многу малку маснотии (буквално неколку капки) во грил и тефлонски тави.

26. Пржење во фритеза – вклучува ставање делови од сечкана риба, месо и зеленчук во голема количина на маснотии загреани до приближно. 200°C. Мекици, некои лепчиња и крофни исто така се пржат во длабоки маснотии.

27. Stir-fry е модерна техника спротивна на длабокото пржење. Пред да почнеме да готвиме јадење, подгответе, измијте ги и исечете ги сите состојки – после тоа, сè ќе се зготви брзо. Загрејте мала количина масло на вок, потоа загрејте ги зачините кратко време и додадете ги останатите состојки, почнувајќи од оние на кои им е потребна најдолга термичка обработка (на пр. месо). Сè треба да се направи брзо и состојките треба енергично да се мешаат. Не смеете да дозволите зеленчукот да го ослободи сокот и да почне да се гуши. Вака подготвените производи не ги губат боите и аромите, а остануваат сочни и крцкави.

28. Сув мраз, како и течниот азот, се формира од гас, освен што е цврст јаглерод диоксид со температура од -78,5 ° C. За разлика од мразот направен од вода, тој не се топи, туку се крева. Можеме да постигнеме различни ефекти со сув мраз отколку со течен азот. Пред сè, го прави производот што го третираме газирани и малку кисел.

29. Сушење вклучува изложување на храната на топлина и проток на воздух. Доколку брземе, ставете го производот во рерна загреана на 80-100°C со вклучен топол воздух. Можеме да се исушиме во дехидраторот на пониска температура, но процесот трае и подолго.

30. Покривање - ставање парчиња чадена сланина во месо или дива птица за да се спречи нејзиното сушење за време на печењето или пржењето.

31. Сечење - сечење на парчиња, кришки печено месо или сечење цела печена живина на парчиња.

32. Откостување - чистење на месо, риба или живина од нејадливи делови, тетиви, кожа и маснотии. Остатоците од коските се користат за подготовка на буљон, супи и сосови.

33. Пушење - метод за зачувување на храната (месо и месни производи, риба, сирење итн.) со помош на чад. Како резултат на овој процес, прехранбените производи добиваат специфичен мирис, вкус и боја на површината.

34. Втиснување - Техниката на втиснување нуди многу предности. Прво и најважно е чувството како згусната супстанција го остава на јазикот. Тоа помага да се нагласи вкусот и да се направи садот да добие кремаста, богата текстура. Благодарение на ова својство, можно е да се намали количината на маснотии во садот додека се одржува неговиот вкус и сочност.

35. Заmrзнување со азот е уште една техника која се користи во молекуларната гастрономија. Откако ќе потопите топол сад во азот, ќе добиете топло-ладно јадење, кое ќе остане врело внатре, а неговата површина ќе биде покриена со тенок слој мраз.

36. Желирање е кулинарска техника која ви овозможува да подготвите јадење или додаток на јадење со конзистентност на желе. Оваа техника за готвење користи природни состојки како што се агар, желан или желатин, на пример.

2. РЕЦЕПТИ ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

РЕЦЕПТИТЕ ЗА УГОСТИТЕЛСТВО СЕ, НАКРАТКО, МНОГУ СЛОЖЕНИ РЕЦЕПТИ КОИ МОРА ДА СОДРЖАТ КОНКРЕТНИ ПОДАТОЦИ И, ВО ПОВЕЌЕТО СЛУЧАИ, СЕ МНОГУ ТОЧНИ.

Што мора да содржи еден гастрономски рецепт?

Овој тип на рецепт мора да ги содржи следните податоци:

- името на јадењето (или пијалокот),
- состојки (нивната количина мора да биде напишана во соодветните единици - килограми, литри или парчиња),
- дополнителни информации (совети за следните чекори на подготовка, совети за употреба на состојки, тежина и опционални фотографии).

Рецептите во гастрономијата го содржат и начинот на сервирање на даденото јадење.

Рецептите се неопходни при изготвување на порачката за суровини за време на планирањето на производството, тие ви дозволуваат да ја контролирате исправноста на производните процеси и да ја земете предвид потрошувачката на суровини.

Подготовката на оброци и пијалоци врз основа на рецепти гарантира повторливост на нивните карактеристики и добар квалитет. Искусен готвач може да го прилагоди рецептот на индивидуалните карактеристики на суровината, малку менувајќи некои од неговите параметри, на пр. количината на вода додадена во брашното или шеќер во овошјето. Прочитајте го внимателно рецептот пред да започнете со процесот на планирање и подготовка на готвењето. По набавка на суровините, се следат препораките содржани во рецептот и на крајот се проверува количината на добиениот производ, односно добиената ефикасност.

Гастрономски рецепт - пример

Се претпоставува дека гастрономските рецепти многу често имаат форма на табела со најважните информации. Пример може да се најде подолу.

Гастрономски рецепт			
Име		Шпагети болоње	
Број на порции		4	
Големина на порција		400 гр	
Време на подготовка		20 мин	
Време за готвење		2 часа. 30 минути	
Состојки			
Состојки	Количина	Единица	Опис
Говедско и свинско мелено месо	500	г	
Морков	80	г	Излупени и исечени на коцки

Целер	150	г	Излупени и исечени на коцки
Корен од магдонос	80	г	Излупени и исечени на коцки
Целер	100	г	Исечени на коцки
Кромид	100	г	Излупени и исечени на коцки
Лук	дваесет	г	Излупени и сецкани
Доматно пире	600	ml	
Домати	300	г	Попарени, излупени и исечени на коцки
Говедска супа	150	ml	
Крем 30%	200	ml	
маслиново масло	80	ml	
Тестенини за шпагети	500	г	
Вода	500	ml	
Сол	35	г	За водата за тестенини
Свеж босилек	дваесет	г	Сецкан
Магдонос	дваесет	г	Сецкан
Путер	80	г	
Сол, бибер, шеќер и балсамико оцет			По потреба

Начин на подготовка / технолошки опис:

1. Во тенџере загрејте 10 мл маслиново масло. Додадете ги морковите, целерот, коренот од магдонос и кромидот. Пржете до светло кафена боја.
2. Во зеленчукот додадете една лажица доматино пире. Промешајте да не изгори. По 10 минути истурете ја супата во тенџерето. Откако ќе испари супата, додадете го доматино пире, доматиите, лукот и зачинете со сол и бибер. Намалете ја топлината, оставете 2 часа, повремено мешајќи.
3. По ова време додадете 2-3 листови босилек и со блендер измелете го зеленчукот. Потоа протријте ги низ сито. Додадете малку балсамико оцет и шеќер.
4. Во тава за пржење загрејте 10 мл маслиново масло. Истурете го меленото месо и изматете го со шпатула. Пржете додека не испари целата вода.
5. Во месото додадете една лажица доматино пире. Пржете 5 минути. Додадете крем 30% и оставете 30 минути со повремено мешање.
6. Во тенџере зовријте вода и посолете. Кога ќе почне да врие, додадете ги тестенините. Гответе 8 минути, а потоа исцедете го.
7. За да подготвите 1 порција: загрејте 10 мл масло во посебна тава, додадете 120 г пржено месо, 150 мл сос, 20 г путер и 120 г тестенини. По 3 минути додадете прстофат магдонос и босилек. Послужете во чинија украсена со свежи листови босилек.

Формата на гастрономски рецепт може да варира во зависност од кујната. Може да се печати на хартија и да се чува на видливо место или во електронска верзија на компјутер или мобилни уреди.

3. УРЕДИ ШТО СЕ КОРИСТАТ ЗА СОВРЕМЕНИ ГАСТРОНОМСКИ ТЕХНИКИ

Технолошкиот процес во гастрономијата се состои од два основни дела - предтретман (одделување, чистење, плакнење и мелење на суровината) и правилен (термички) третман.

Всушност, основната поделба на уредите што се користат во гастрономијата е многу едноставна, па дури и очигледна. Вклучува опрема поделена според тоа за што конкретно се користи. Така може да биде наменет за складирање на прехранбени производи, транспортирање и производство.

Угостителска опрема за кујни, кои се поделени на:

1. машини наменети за термичка и механичка обработка на прехранбени производи,
2. ладење, т.е. разни видови фрижидери и замрзнувачи,
3. гастрономски мебел,
4. мали кујнски додатоци.

Убедливо технолошки најнапредни се оние кои се однесуваат на преработка на прехранбени производи, вклучувајќи ги и механичките. Што се овие?

Опремата што се користи за механичка обработка е убедливо најважна во секоја ресторанска кујна. Овој тип на уреди ги распарчува, сецка, чисти, лупи и мие прехранбените производи и е одговорен за многу други задачи. Постојат многу видови на такви машини, почнувајќи од едноставни мелници, блендери, миксери или цедилка за сокови, до модерна опрема за дробење, мелење и рамномерно формирање. Меѓу уредите што се користат во модерната кујна, разликуваме:



PACO JET Машини за мелење замрзнати маси во сладолед и сорбе;



КАМЕН ЗА ПЕЧЕЊЕ ќе ни овозможи да подготвиме одлична, крцкава пица, но и колациња, леб, месо и зеленчук. Изработена е од природен материјал. Благодарение на својата порозност, апсорбира и ослободува влага, правејќи го тестото крцкаво.



ВАКУМСКА МАШИНА ЗА ПАКУВАЊЕ Уред за единечно или повеќекратно пакување на храна и компресирање на производи, на пр. компресирање на парчиња лубеница во маринада од балсамико оцет и мед;



ЦИРКУЛАТОР за SOUS VIDE Уред за готвење на ниски температури во кој градите на патката може да се готват на 68 степени Целзиусови 20 минути;



SMOKING GUN микро-машина за пушење на производи за сервирање или готови предјадења

4. Популарни техники на сечење

Сечењето е една од најважните основни вештини во преработката на храната. Видот на производот што треба да се исече, квалитетот на ножот и правилната техника се исто така многу важни во овој случај. Колку е поголемо движењето на сечењето, толку помал притисок е потребен.

Видови ножеви

Готвачки нож - широко сечило со исклучителна острина е најважниот дел од овој нож. Голем и тежок, безбедно лежи во вашата рака и ви овозможува да правите прецизни парчиња - било кога сечете месо и филетирате риба, или кога го сечкате зеленчукот и овошјето на парчиња.



Универзален нож- долг, но дефинитивно потенок од готварскиот нож. Погоден е за сечење ладно месо, сечкање на зеленчук и овошје, а исто така и за лупење.



Секач за зеленчук- мал, краток и многу практичен, незаменлив е за лупење и гребење. Одлично е и за сечење на компири, краставици, моркови и сите други зеленчуци.



Нож за леб- долг и опремен со карактеристични, ретки заби. Поради оваа причина, може да се користи и со големи лебови и со помали лепчиња.



Нож за лупење- сечилото му е карактеристично заоблено, а самиот нож е мал. Со негова помош можете лесно да ја отстраните лушпата од зеленчукот и овошјето, сечејќи ја многу тенко.



Нож за месо- структурата на суровото месо е прилично влакнеста, што го отежнува сечењето на совршено тенки парчиња. За ова е потребно долг, тенок нож со мазно сечиво и одлично се справува со месото.



Нож за сирење - всушност има неколку ножеви за сирење. Доколку сте љубители на овој вид мезе или послужувате даски со сирење во вашиот ресторан, мора да ги имате сите.



Нож за бифтек



НОЖ ЗА КОСКА



НОЖ ЗА ЛОСОС



Сатар и кинески сатар



НОЖ ЗА СТЕК

<https://www.expondo.pl/inspiracje/techniki-kroje-warzyw/#0-jak-kroi%C4%87-warzywa-%E2%80%93-najpopularsze-metody>

Техники на сечење

Грубо сечење



Користете ја оваа техника за да исечете месести овошја и зеленчук со нежна лушпа.

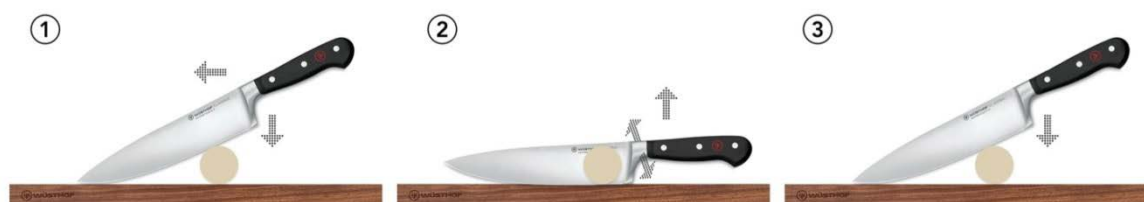
Ставете го врвот на ножот на дрвена даска за сечење, потоа насочете ја рачката надолу и нежно напред. Потоа нагоре и нежно наназад. Врвот на ножот цело време стои на даската.

Сечење со влечење



Врвот на ножот го потпираме на даската за сечење и непречено го повлекуваме ножот кон себе. Оваа техника е корисна при сечење нежни производи каде што е важно да не се дробат производот.

Косо сечење



Оваа техника е многу слична на Грубото сечење - тука додаваме и странично движење. Совршено е за сечкање билки.

Сечење со туркање



Друга многу популарна техника на сечење, особено корисна при сечкање зеленчук. Сечилото се турка напред додека паѓа на даската за сечење.

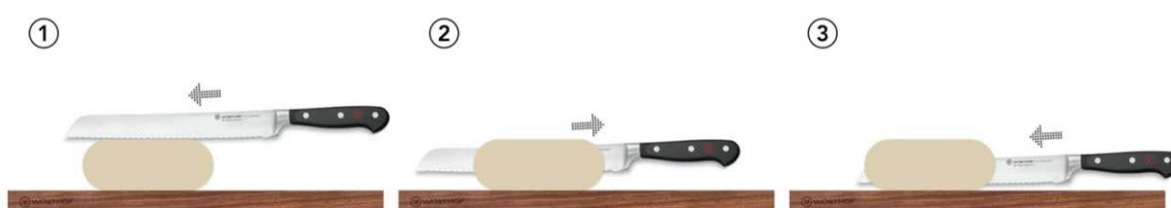
Сечење со удирање



Оваа техника ќе работи добро при сечење производи со мал дијаметар, како што се моркови или краставици.

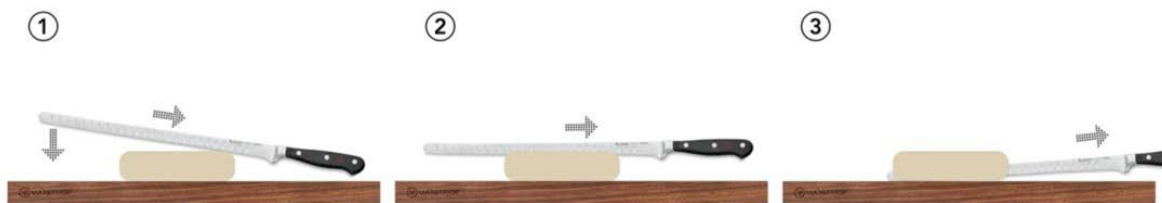
Ножот се движи само горе-долу, а сечилото оди паралелно со [дрвената даска за сечење](#).

Пила сечење



Ножот се движи напред-назад, продирајќи во исечениот производ без никаков дополнителен притисок што би можел да предизвика негово дробење или ронење. Техниката главно се користи за сечење леб, но е совршена и за овошје и зеленчук со тврда кора и мека внатрешност.

Сечење парче



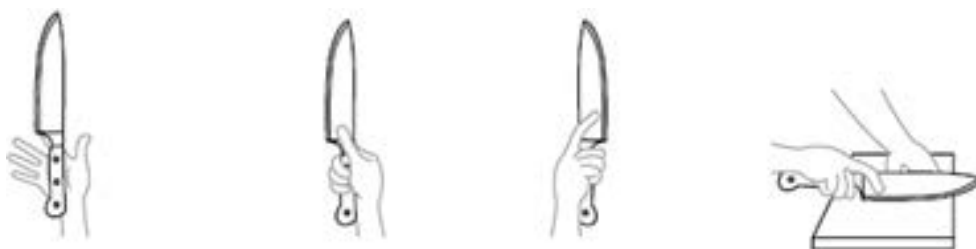
Сечилото се поставува веднаш до рачката на производот што треба да се исече, врвот истовремено се навалува нагоре. Се обидуваме да направиме еден, еднаков засек, влечејќи го ножот кон себе додека го спуштаме врвот. Оваа техника често ја користат готвачите за суши кога сечат многу деликатни производи, како што е живото месо од риба.

<https://tghome.pl/blog/techniki-koszenia.html>

„Правилното држење на ножот е основа за сигурна, ефективна и удобна работа. Во продолжение ви претставуваме три основни методи на држење во зависност од видот на ножот.

Зафат за ножеви како што се: Шеф, Деба, Сантоку, Накири.

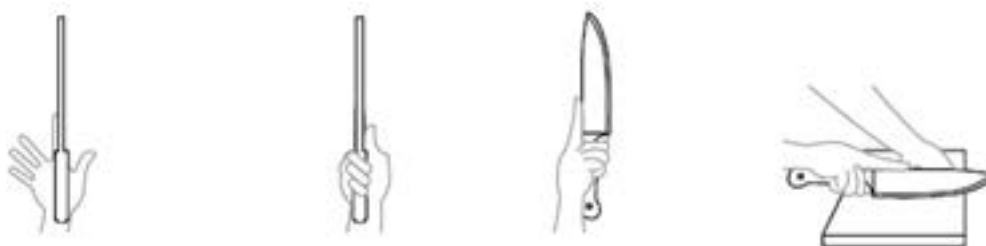
Таа е една од најразновидните техники и се препорачува за повеќето начини на работа. Тој е особено погоден за пренос на енергија, затоа е погоден и за сечење храна со влакнеста структура.



Зафат со ножеви како што се: Шеф, Деба, Сантоку, Накири.

Популарна техника што се користи за фино мелење, особено за зеленчук.





Зафат за ножеви како што се: *Slicer* , *Yanagiba* , *Takohiki* .

Во оваа техника, показалецот ви овозможува лесно да го контролирате ножот, осигурувајќи се дека пресеците се направени со прецизност. Техника која многу често ја користат суши-готвачите.

<https://masahiro.pl/nozopedia/chwyt-noza>

5. КОМБИНИРАЊЕ И ВКРСТУВАЊЕ НА ВКУСОВИ

Некои луѓе веќе ги знаат комбинациите кои даваат нови, интересни сензации на вкус. Сепак, повеќето луѓе сè уште не признаваат дека може да се случат следните врски. И тие се препорачани од најiskusните готвачи и мајстори за готвење со светско реноме.

Спојување на храна, или неверојатни парови на комбинации, е филозофија која се состои во комбинирање на нашите секојдневни вкусови на нестандартен начин. Потоа добиваме сосема нови јадења, со поинаков вкус и карактер.

Постојат два начина за пребарување на нови вкусови. Првиот е да се комбинираат сродните вкусови. Како изгледа во пракса? Измешајте слатко со слатко, густо со густо и солено со солено. Така, смоквите или урмите одлично ќе одат со млечно чоколадо. Боите исто така ќе бидат интересни овде. Кога составувате зеленчук или овошје, измешајте ги според нивната боја, а не по вкус.

Вториот претпоставува нешто сосема друго. Готвачите кои составуваат вкусови според овој метод докажуваат дека најдобриот вкус се добива со мешање на спротивностите. Имаме пет вкусови: умами, слатко, горчливо, кисело и солено. Сепак, има многу повеќе придружни ароми. И тие се главно во фокусот на целата врева. Готвачот мора да ги избира вкусовите на таков начин што избраните состојки ги истакнуваат аромите и не ги уништуваат.

ПОВРЗУВАЊЕ	ЕФЕКТ
МЕСО + АНАСОН	ќе го нагласи и збогати вкусот на самото месо
ШЕЌЕР И МОРКОВИ	Можеби изгледа чудно да се додаде шеќер во зеленчукот, но тоа е многу популарен метод за правење моркови во Франција, на пример. Специфичното име на ова јадење е <i>Karotka Vichy</i> , каде што морковите, солта, биберот, шеќерот и минералната вода Виши се соединуваат и потоа се динстаат додека морковите малку да омекнат. Шеќерот го подобрува нивниот вкус и крајниот резултат е фантастично јадење од зеленчук со прекрасна портокалова боја. Сепак, треба да се запомни дека малку шеќер треба да се додава умерено во сите јадења.

ШЕЌЕР И ДОМАТИ	Шеќерот од трска го подобрува вкусот на многу јадења, вклучувајќи ги и домати. Затоа користете шеќер наместо сол. Доматите се кисели по природа, а додавањето сол само го нагласува ова. Шеќерот, од друга страна, го дава целосниот вкус на самиот домати, што е всушност овошје. Tomates confites е вкусно печено мезе со слатки домати. Таквите домати треба да се печат најмалку 2-3 часа на 90 ° C, особено ако имате намера да ги чувате некое време во тегла.
СОЛ И КАФЕ	Малку сол ќе го зголеми уживањето во кафето, како што тоа го прави практично со секое друго јадење (вклучувајќи слатки десерти).
ЧИЛИ И ЧОКОЛАДО	Чоколадото ќе го продлабочи препознатливиот вкус на чилито, зајакнувајќи ја неговата пикантна основа.
КОМПИР И ПАСТА ОД РАКЧИЊА	Само малку лажичка ќе додаде длабочина на вкусот на компирот.
ЈАБОЛКА И ВАНИЛА	Јаболката се многу кисели и обично треба да се засладат пред да се зготват. Многу луѓе додаваат и цимет или морско оревче. Од друга страна, ванилата на јаболката им дава интересна вкусна нота, која не секој може да погоди од каде е, но секој сигурно ќе го цени.
РУКОЛА И КРУША	Совршена комбинација како додаток на вечера, или засебна салата. Оваа комбинација на киселкаст, горчлив и сладок вкус, зачинета со сок од портокал помешан со малку вински оцет, го гали непцето. Затоа, наместо да направите стандардна салата со пиперки или домати, задолжително пробајте со слатки круши.
БИБЕР И ЈАГОДИ	Свежите јагоди најчесто се сервираат со шеќер, но додавањето на ситно мелен свеж бибер го нагласува вкусот кој инаку би останал скриен. Мора да биде црн пипер.
ЦРВЕНО МЕСО ЗАЧИНО СО ЦИМЕТ	Ќе го нагласи и збогати вкусот на самото месо

6. НОВА ВЕРЗИЈА НА ТРАДИЦИОНАЛНА КУЈНА

Старата полска кујна се заснова на едноставни јадења направени од земјоделски производи и месо од диви и одгледувани животни, како и морска и слатководна риба. Се користело и овошје, собрани билки, зачини и печурки. Солта се користела во изобилство, житарките секогаш биле присутни и гозбите биле раскошни со пиво и медовина. Благодарение на италијанските влијанија, старата полска кујна е збогатена со зеленчук и зачини, а беа создадени и основите на полското слаткарство. Ориентот му го должиме на Ориентот: корења, хељда, афион, суво овошје, алва како и замрзнати пиреа и овошни сокови, т.е. сорбети. Маринирањето и сечкањето месо, шиш кебапите, тартар и гранчиња од афион се исто така поради влијанието на Ориентот. Новите техники и методи на готвење се должат на влијанието на француската кујна. Благодарение на Французите, полската кујна е збогатена со филови, паштети, кајсии, тартуфи и каперси. Полските готвачи научија за бланширање, полнење, премачкување, печење, маринирање и друго. На Евреите им должиме методи за подготовка на месо од гуска, риба, харинга или, на пример, чала. Холанѓаните, пак, не усовршија во техниката на правење сирење. Современата слика на полската кујна се состои од состојки кои ретко се наоѓаат на друго место, подготвени со години во согласност со традиционалните рецепти. Тие вклучуваат маринирани печурки, супа од скиселен крж, кисела краставица, кисела зелка, суви печурки, кисело млеко и урда. Суровините карактеристични за полската кујна се исто така шумско овошје, семе од афион,

харинга, риба и дивеч. Традиционално е да се почитува суровината (која секогаш мора да биде свежа) и готовите јадења. Посебно се почитуваше лебот, кој се пече во неколку десетици видови.

Инспирација за модерната полска кујна може да биде и храброста со која нашите предци пристапувале кон зачините на јадењата. Многу често ставаат контраст, особено врз основа на комбинацијата на слатко-кисел вкус. Јадењата се преливале со многу оцет или сок од лимон или лимета, додавајќи шеќер, овошје, џем или мед. Шеќерот се третираше не само како засладувач за десерти, туку и како полноправен зачин, дополнувајќи ги вкусовите на јадењата од месо и зеленчук.

Зачинувањето исто така било смело. Јадењата често добивале многу интензивен мирис, вкус и боја. Егзотичниот шафран, цимет, бибер, ѓумбир и морско оревче биле избрани како еден од показателите на богатство и статус. Се користеле и билки пронајдени во ливади и шуми. Се користеле, меѓу другото, семки од смрека, ким, лук, рен, семе од синап.

Седум карактеристики на старата полска кујна кои вреди да се искористат

1. Хиерархија - иако денес нема поделби, треба да ја комбинирате селската кујна со кујната на благородништвото и да користите: грашок, хељда, просо, киноа, коренест зеленчук, репа, зелка, срна, рак, кавијар, драгоцено месо.
2. Кулинарски патувања - не плашете се да внесете странски, па дури и егзотични состојки во старата полска кујна: смокви, суво грозје, бадеми, лимони, костени, бибер, шафран, артичоки, аспарагус, домати, тартуфи, врат од гуски
3. Ограничувањата на постењето - Старите полски јадења не мора да бидат тешки за варење, клучот е квалитетните состојки и уметноста на нивното подготвување. Лесно сварливи јадења ќе се подготвуваат од риба: штука, пастрмка и крап.
4. Сезонско готвење и локален карактер - направете го менито според сезонските промени, црпете инспирација од локалните традиции, користете сезонско овошје и зеленчук, дивеч, свежи билки, житарки, локални сирења, џем и мед.
5. Парче месо - користете необични парчиња месо и остатоци: црн дроб, бубрези, јазици, опашки, бубрези, живина и диви птици
6. Контрасти - смело комбинирајте вкусови кои освојуваат благодарение на контрастите, особено слаткото и киселото: шеќер, мед, овошје, џем, суво грозје во комбинација со оцет, лимон и лимета
7. Богатството на зачини - можете да ги додадете и најегзотичните зачини во јадењата и да ги комбинирате со билки: бибер, шафран, ѓумбир, морско оревче, ким, цимет, свежи билки, смрека.

Современите Полски ресторани се убедени дека за да го добиете најдобриот вкус, треба да готвите и да се обидуваме, да готвите и да пребарувате додека не достигнете совршенство - од неограничената палета на бои можете да ги изберете оние кои совршено се совпаѓаат за да создадете прекрасно дело. Во потрага по сопствениот народ, тие допираат до изворите и ги откриваат вкусовите на нашите автентични стари полски рецепти под влијание на кујните на различните народи. Ова враќање на традицијата, на домашните производи, т.е. важни житарки, свеж зеленчук и овошје, млечни производи, разновидни печурки и здрава

риба, оваа фасцинација со кулинарските традиции на другите народи значи создавање на нов квалитет и нови композиции, нови незаборавни кулинарски искуства, нови доживувања.

Исто така, излегува дека правилата на старата полска кујна можат значително да се променат и да ја зголемат вредноста на јадењата што се подготвуваат денес. Враќањето кон природноста, квалитетот и користењето на даровите на земјата е од особено значење. Значи, ако сакаме да предложиме нова верзија на стара полска кујна, треба да бараме инспирација во полето, ливадата или шумата. На крајот на краиштата, нашите предци ја извлекоа од таму.

Готвачите ни нудат полска кујна во модерна верзија - локална, мултикултурна, молекуларна и едноставно вкусна. Тие го користат искуството стекнато во странство, користејќи модерни кулинарски техники од една страна и традиционални од друга страна. Тие се инспирирани од полската природа, ги реферираат традициите на регионите и богатата историја на Полска.

Новата полска кујна е класична кујна прилагодена на технолошките услови на денешницата. Природата, старите книги за готвење и заборавените рецепти стануваат инспирација и се преведени на јазикот на модерната кујна. Менито е составено според ритамот на природата, според индивидуално скроен рецепт. За јадењата во новото издание тој ги препорачува традиционалните полски алкохоли: медовина, висококвалитетни вотки и ликери. Во потрагата по најдобри композиции за вкус, готвачите ја менуваат структурата на состојките и ги менуваат нивните улоги. Ако е супа, тогаш е во деконструирана верзија. Ако е леб, тогаш е славниот со изгорено сено. За готвачите најважен е вкусот. Иако го користат sous vide методот, традиционалните методи на готвење или стаарата тава не можат да исчезнат од кујната. Неговата кујна е модерна, но во исто време не ги принудува гостите да ја надминат сопствената зона на удобност.

Честопати, во менито се внесуваат сè повеќе остатоци и заборавени делови од животни: малиот мозок, тимусот, јазикот, образите, коскена срцевина или пржени свински уши.

Сцената на новата полска кујна е динамична и постојано се менува. Се создаваат нови места и концепти - не мора да се во согласност со концептот на префинето јадење и не мора да е во големите градови.

Плешка од дивеч завиткана во праз



Состојки:	
1 кг срна, без коски	Сол
1 праз преполовен по должина	Бибер
Рузмарин	маслиново масло

Подготовка



1. Исчистете ја плешката и поделете ја на парчиња. Поединечните слоеви праз кратко сварете ги во солена вода, па веднаш изладете ги со ледена вода.
2. Зачинете го месото со малку сол и бибер и посипете го со маслиново масло. Листовите од рузмарин отсечете ги, ситно исечкајте ги и премачкајте ги врз парчињата дивеч.
3. Месото уредно завиткајте го во ленти од праз и врзете го со кујнски врв.
4. Сè печете на скара од двете страни 2-3 минути на средна температура (внатрешна температура 60 ° C).

<https://www.makro.pl/food-lovers/comber-z-sarny>

Црвена зелка со јаболко



Порции: 6 / Време за готвење: припл. 90 мин. + време на чекање

Состојки	
1 црвена зелка (приближно 1 кг.)	1 кесичка со зачини што содржи лаворов лист, бобинки од смрека, бибер, звезден анасон, цимет
250 мл црвено вино	4 супени лажици путер
150 мл црвен вински оцет	Сол
3 јаболка	Бибер
3 главици кромид	Шеќер

Подготовка



1. Исечете ја зелката на четири или шест дела (во зависност од нејзината големина), извадете го кочанот и исечете ги парчињата зеленчук на тенки ленти.
2. Кромидот и јаболката исечкајте ги на мали парчиња.
3. Сè убаво зачинете со оцет, црвено вино, сол и шеќер...
4. ... и промешајте добро. Додадете зачини и оставете го сето тоа најмалку два часа - по можност преку ноќ.
5. Исцедете ја зелката низ сито, соберете ја течноста.
6. Запржете ја зелката во путерот.
7. Постепено додавајте ја течноста од зелка и варете ја зелката околу 45 минути додека не омекне.
8. Додадете сол, бибер и шеќер по вкус.

<https://www.makro.pl/food-lovers/czerwona-kapusta-z-jablkiem> <https://culture.pl/pl/artykul/od-amaro-do-krzyzakow-czyli-o-nowoczesnej-kuchni-polskiej>

7. ДЕГУСТАЦИЈА И СЕЗОНСКО МЕНИ

Нашите сензори за вкус, кога јадеме јадење, се фокусираат само на првите три залаци, а потоа интензитетот на чувството на вкус се намалува. Кога имаме многу мали јадења, можеме 100 проценти да се концентрираме на уникатни вкусови

Испарување

Во споредба со долгото и ограничено мени, менито за спарување е структурирано на следниов начин, се служи специфичен пијалок со секое послужено јадење.

Ова мени ви овозможува да го послужите вистинскиот пијалок со состојките кои го сочинуваат јадењето и го истакнуваат неговиот вкус.

Изложба

Менито на изложбата е гастрономска услуга фокусирана на искуството и вештините на готвачот, затоа се состои од 9 до 50 јадења.

Карактеристична карактеристика на јадењата за дегустација е тоа што тие се значително помали по големина од стандардните јадења од менито. Понекогаш добивате впечаток дека наликуваат на мезе, па дури и на amuse-bouche.

Што се однесува до самите јадења и нивните типови, обично за време на ваквото дегустирање може да се сервира следново:

AMUSE-BOUCHE (понекогаш и повеќе од 1), т.е. многу мало мезе од еден залак послужено, на пример, на лажичка или лажича. Тогаш вреди да се проба цела за да се почувствува целосниот состав на вкусови. Понекогаш има и „поголеми“ забавни AMUSE-BOUCHE, кои ги јадеме на неколку залаци, но лично јас ги претпочитам навистина малите, бидејќи тие обично повеќе изненадуваат со составот на вкусовите. Да имаме на ум дека ваквата закуска е по избор на готвачот, нешто посебно и уникатно – предвкус за понатамошно дегустирање.

ЛАДНИ ПРЕДЈАДЕЊА – мали јадења кои не треба да го преоптоваруваат желудникот, туку да го поттикнуваат апетитот.

ТОПЛИ ПРЕДЈАДЕЊА – како погоре, но во топла верзија.

СУПА – според идејата на менито за дегустација ќе биде единствена, но и мала.

СОРБЕТ – често лимон или слива (може да биде со алкохол). Неговата улога е да ги исчисти сензорите за вкус пред понатамошниот вкус и да го поддржи дигестивниот процес.

ГЛАВНО ЈАДЕЊЕ – по правило, јадењата со месо се служат по рибата. Дополнително, за повеќе јадења, белото месо има приоритет пред јагнешкото, зајачкото пред говедското, а последно се служи дивеч. И тука порцијата не треба да биде преголема, за да не ги „преплави“ останатите деликатеси.

ДЕСЕРТ – може да биде многу разновиден, топол или ладен.

Конечно, можеме да нарачаме кафе или чај (овие обично не се стандарден елемент од менито за дегустација).

Важно е секое јадење да има добра презентација и одличен вкус, за да го постигнете тоа треба да купите состојки од квалитетни добавувачи.

Некои ресторани кои нудат само мени за дегустација на своите клиенти им овозможуваат искуство кое трае три до четири часа.

Други ресторани ги третираат нивните менија за дегустација како демонстрации на типични јадења од одредени земји или региони. Ова мени за дегустација е совршено за послужување и привлекување туристи.

Прочитајте повеќе на:

<https://kulinaria.trojmiasto.pl/Menu-degustacyjnej-w-trojmiejskich-restauracji-n160654.html#tri>

<https://blog.monouso.pl/menu-degustacyjnej-w-ledzowki-jak-wdrozyc-je-w-swojej-firmie/>

Целиот концепт на дегустација е да се создадат мали уметнички дела од неколку состојки.



Полжави пржени со кромид и морков, послужени со емулзија од вино-путер со лук, прелиена со свеж сечкан магдонос.



Бифтек тартар од органско производство, послужен со кромид, маринирана пиперка и јајце од препелица.



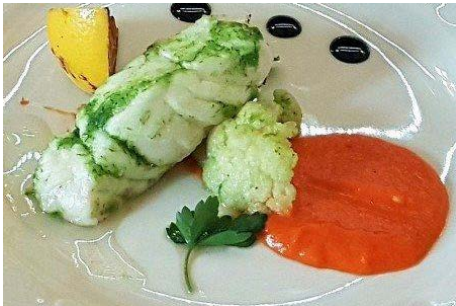
Морели полнети со мазен мус од бисерки, пржени во путер од магдонос, послужени со печен домати.



Печена коскена срцевина од органски одгледани крави, сервирана со конфит од лук, чипс од пиперки и лепче со билки.



Супа од шафран , сервирана со коренест зеленчук, пржен рак и парчиња риба.



Филе од бакалар печено во маслиново масло сервирано на органска пиперка и мус од карфиол.



Розово пржени гради од патка, сервирани на органско пире од цвекло и пржен прокељ.



Мус од козјо сирење и бела чоколада, послужена со печен сорбет од јаболка и пенливо вино со крем од спанаќ.





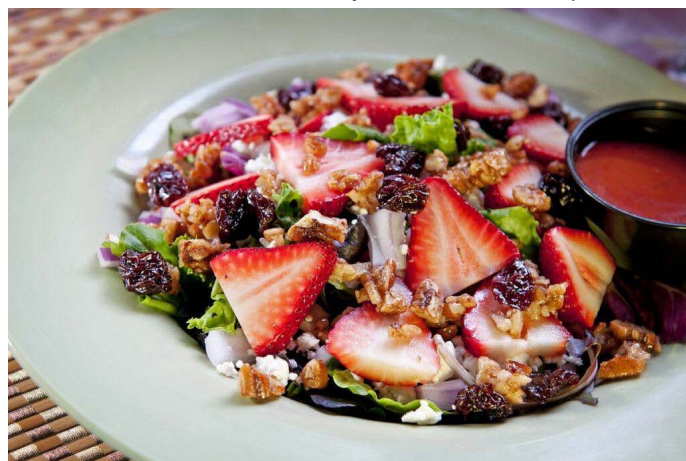
Menu degustacyjne w Białym Króliku.
mat. prasowe/Biały Królik

Првата опција - месо, вклучува: компир со чаден лосос, козја урда со шумско овошје, кашубиска харинга, борш од хибискус со телешко месо, риба со бела супа и грав, школки со закиселена урда со морско еже и бадеми, во веганската опција може да пробате тиква маринирана во мед со невен, веганска урда со шумско овошје, вргањ паштета или млад модар патлиџан со смоква во Жаклин кромид.

Прочитајте повеќе на:

<https://kulinaria.trojmiasto.pl/Menu-degustacyjne-w-trojmiejskich-restauracji-n160654.html#tri>

Менито е наведено од експерти како еден од водечките гастрономски трендови. Во своите изјави, готвачите често ја нагласуваат улогата на сезонските производи во менито. Зошто? Потрошувачите потсвесно чувствуваат дека сезонските производи се најбогати со хранливи материи, а со тоа и најдобри за нивното здравје. Во исто време, јадењата направени на нивна основа се одликуваат со неспоредлив вкус, што е можно само во сезоната!



Со воведување на сезонско мени, на гостите им покажуваме дека се фокусираме на најквалитетните состојки и се грижиме да имаме интересни и разновидни јадења. Сезонските производи всушност ги имаат истите придобивки за ресторанот - имиџ и вкус.

Сезонското готвење најлесно се истакнува со додатоките. Дури и најтрадиционалните јадења може да се освежат со вистинскиот зеленчук и овошје. Како да ги издвоите на менито? Вреди да се запамети различноста - тоа е клучот за успехот. Затоа, ако е можно,

треба да изберете зеленчук и овошје од локални производители, како и егзотични од целиот свет. Таквото мени не е монотono.

Самата природа на сезонското готвење ветува промени и различност. Вреди да научите да жонглирате со сезонски состојки и да воведете сезонски зеленчук во различни верзии. На пример, јадењата со компири се повторно популарни. Може да се користи на десетици начини: во салати, пити, печени јадења и дополнително да го подобри нивниот вкус со други состојки карактеристични за дадена сезона. А младите компири? Ова е еден од главните симболи на сезонското готвење.

Можете да го сторите истото со целата листа на производи. Прославете ја сезоната на аспарагус со кремасти супи и салати на скара. Послужете ги и со холондејз сос или испечете ги со сланина. Јагодите, малините и боровинките одговараат не само во десертите – додајте ги и во салати и месо.



Наесен, истакнете јадења со печурки и тикви. Од нив можете да приготвувате супи, сосови, па дури и сопствени џемови. Карамелизираните круши и сливи не смеат да недостасуваат во десертите и салатите!

ШТО Е РЕЗБАЊЕ?

РЕЗБА – тоа е уметност на украсување садови и маси со имагинативни резби разновиден зеленчук и овошје. Целта на резба е да се направат садови или садови направија поатрактивен и естетски изглед и привлекуваа клиенти. Во рацете на резбарските мајстори, секое овошје или зеленчук се претвора во уметничко дело.

Татковината на резба се азиските земји, особено Тајланд, Кина, а исто така Јапонија и другите соседни земји. Оваа уметност е позната повеќе од 1000 години. Оваа уметност го доживеа својот врв за време на династијата Сонг, која владееше во Кина во 960-1279 година. Најважниот настан поврзан со резба е фестивалот Лои Кратонг, а Сухотаи е најдоброто место во

Тајланд да го видам. Во моментот, уметноста на резба им се дава на странци и се практикува низ целиот свет, особено од готвачи кои преку оваа уметност тие сакаат визуелно да ги подобрат ефектите на нивните јадења.

11. БИБЛИОГРАФИЈА

1. OHS во угостителската индустрија, Доминик П., WSiP, Варшава 2016 година
2. Мал гастрономски готвач. Организација, здравје и безбедност при работа, Żabicki W., WSiP, Варшава 2008 година.
3. резба. Декорирање на јадења и трпеза со овошје и зеленчук чекор по чекор, Рајмунд Кролик, Wydawnictwo Moje, 2012 година
4. Украсување јадења, Џоана Гоцед, Пјотр Синдоман, Бухман
5. Курс за резба. Основно ниво. Прирачник за вежбање, Доминика Садовска Павел Штендерски. Резба-уметност Павел Штендерски, 2017 година
6. Тајните на украсувањето со зеленчук и овошје. Чекор по чекор. Łukasz Szewczyk, Piotr Wasik, Carving-Art Paweł Sztenderski, 2017
7. Тајните на украсувањето јадења, Кара Хобдеј, Џо Денбери, Видаунитво Муза
8. Подготовка и испраќање на храна и пијалоци, дел 1-2, Kmiotek A., WSiP, Варшава 2013 година
9. Подготовка и испраќање на храна и пијалоци, дел 3, Zienkiewicz M., WSiP, Варшава 2013 година.
10. Споредба на физичките и хемиските својства на производите кои се подложени на преработка на сос во однос на традиционалните методи на термичка обработка. Напредокот во науката за исхрана. Ханус П., Јаворска Г., Пиција К., Баран И., Шарек Н. Вајд. Универзитетот во Жешов. 2020 година.
11. Подготовка и испраќање на храна и пијалоци, дел 1-2, Kmiotek A., WSiP, Варшава 2013 година
12. Подготовка и испраќање на храна и пијалоци, дел 3, Zienkiewicz M., WSiP, Варшава 2013 година.
13. Техничка опрема на угостителски објекти. Jastrzębski W. WSiP, Варшава 2005 година.
14. Специјалистички списанија: „Хотели и ресторани“, „Кучнија“, „Гурмански магазин“, „Водич за ресторани“, „Гастрономски преглед“, „Кулинарска академија“.
15. Интернет ресурси во професионалната област.

ЕРАЗМУС+ ПРОЕКТ:

„КВАЛИФИКАЦИИ
НА ПАЗАРОТ НА
ТРУД – ПАТОКАЗ ЗА
НАМАЛУВАЊЕ НА ЈАЗОТ
ВО КОМПЕТЕНЦИИТЕ
ПОМЕЃУ ОБРАЗОВАНИЕТО
И ПАЗАРОТ НА ТРУД ВО
СЕКТОРОТ HORECA“

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union



102 QUALIFICATION

МОДЕРНИ, ФЛЕКСИБИЛНИ ПАТЕКИ ЗА УЧЕЊЕ – НАСТАВНИ ПРОГРАМИ
И ОБРАЗОВНИ ПАКЕТИ (ОБУЧУВАЧ / УЧЕСНИК) ЗА СЕКТОРОТ HORECA

КУРИКУЛУМ ЗА КВАЛИФИКАЦИЈА 2: УПРАВУВАЊЕ СО РАБОТАТА ВО КУЈНА

Еразмус+ проект: „ Квалификации на пазарот на труд – патоказ за намалување на јазот во компетенциите помеѓу образованието и пазарот на труд во секторот HoReCa“.

Број на проектот: 2020-1-PL01-KA202-082206

Поддршката на Европската комисија за изработката на оваа публикација не претставува одобрување на содржината што ги одразува само гледиштата на авторите и Комисијата не може да биде одговорна за каква било употреба на информациите содржани во неа.

Резултат 2: Модерни, флексибилни патеки за учење – наставни програми и образовни пакети (обучувач / учесник) за секторот HoReCa

Автори:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji – координатор, Радом, Полска

EVACO – Краков, Полска

EDITC LTD – Никозија, Кипар

AKDENIZ UNIVERSITY – Анталија, Турција

Fundación Equipo Humano (FEH) – Валенсија, Шпанија

Самеримпекс ИМПУЛСИ ДОО – Скопје, Република Северна Македонија

Контакт:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ул. Кралицата Јадвига 15

26-600 Радом, Полска

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

ВОВЕД

Главната цел на проектот HoReCa4VET (проект бр.: 2020-1-PL01-KA202-082206) е да го зголеми пристапот до доживотното учење од формална, информална и неформална природа во индустријата HoReCa, преку развивање и имплементирање модели за валидација и сертификација, во согласност со Европската рамка на квалификации.

Проектот HoReCa4VET придонесува за идентификација на резултатите од учењето во рамките на идентификуваните резултати од учењето од страна на работодавците врз основа на моменталната побарувачка на пазарот, како дополнителни професионални вештини во европската димензија, кои може да се стекнат во рамки на три квалификации, како дел од проектот: **Креирање вкусови и украсување јадења; Управување со работата во кујната и менаџмент во индустријата HORECA.**

Квалификациите развиени во проектот може да ги надополнат вештините стекнати како дел од формалното и неформалното образование, бидејќи тоа е одговор на потребите на пазарот на трудот идентификувани во спроведеното истражување.

Резултат на проектот **Модерни, флексибилни патеки за учење - наставни програми и образовни пакети (обучувач / учесник) за секторот HoReCa** се засноваат на развој на обука во работната средина, каскадни, флексибилни патеки за учење, активирање дидактички методи, модерни, иновативни методи на настава, земајќи ги во предвид земете ги предвид спецификите на HoReCa.

При развивањето на резултатот, голем акцент беше ставен на индивидуализацијата на обуката, активните и практични методи на учење, решенијата во организацијата и дидактиката. Методологијата на развиените наставни програми и образовните пакети се фокусираше на најдобрите практики идентификувани во земјите партнери (Кипар, Полска, Шпанија, Република Северна Македонија и Турција). Квалификациите беа структурирани во модули, а за секоја наставна единица беа утврдени резултатите од учењето или професионалните задачи, опишани со групи знаења, вештини и социјални компетенции. Развиените наставни единици и пакети ги земаа предвид специфичностите на земјите-партнери.

Програмата за обука беше заснована на резултатите од анализата на работата на IO1. Програмата ги опишува резултатите од учењето кои може да се постигнат преку учење на работното место.

Тимот на HoReCa4VET

КВАЛИФИКАЦИЈА 2 - УПРАВУВАЊЕ

СО РАБОТА ВО КУЈНА

МОДУЛ 1: ОРГАНИЗИРАЊЕ НА РАБОТАТА НА КУЈНСКИОТ ТИМ

ПЛАНИРАЊЕ НА ПЕРСОНАЛОТ

Планирањето на персоналот е процес кој има за цел да ги предвиди потребите од човечки ресурси во една компанија, како за сегашноста така и за иднината, со цел да се исполнат поставените цели.

Со други зборови, се обидува да го квалификува и квантифицира бројот на луѓе кои ги оптимизираат резултатите на краток, среден и долг рок, клучни информации што можат да направат разлика помеѓу профитот и загубата.

Со други зборови, од една страна, компанија со број на персонал под оптималниот број не успева да ги исполни поставените цели (на пр. предизвикува доцнење во производството), а од друга страна, со поголем број ќе има непотребни трошоци.

Планирање со шаблони може да ги обезбеди следниве бенефиции:

- Идентификување на сегашните и идните потреби за персонал.
- Имање шаблон со реални очекувања за секој момент.
- Поттикнување на унапредување и квалификација на персоналот (планови за кариера), имајќи ги предвид потребите на компанијата во секое време.
- Зголемување на работната мотивација.

Планирањето на работната сила опфаќа група планови кои се фундаментални за компаниите да имаат успешна работна сила. Се состои од:

- План за регрутирање
- План за обука
- Планирање на кариера
- План за унапредување
- План за трошоци за персонал

Некои од овие планови ќе бидат претставени во други делови.

Процесот на планирање на персоналот ги вклучува следните фази: (1) анализа на моменталната состојба; (2) преглед на барањата; (3) стратегија; (4) евалуација/резиме/планирање.

Фаза 1. Собира квалитативни и квантитативни информации за целата структура на компанијата, со цел да се знае колку вработени има и што прави секој од нив (организациска шема, опис на работа, ротација на персоналот итн.).

Фаза 2. Преку претходната анализа компанијата знае со какви ресурси располага како и потребите кои ќе се појават а не се планирани. Исто така, важно е да се земе предвид фактот дека многу компании се заглавени во потреби кои значително се разликуваат низ текот на времето, на пр. сезони и сезонски работи. Токму во оваа фаза посебен акцент би се ставило на планирањето на работната сила, одредувајќи ги работните места, активностите и одговорностите на секој работник или група работници, главно врз основа на активностите од претходните години.

Фаза 3. Спроведување на стратегија за персонал за да се одговори на резултатите. Зголемување, намалување или одржување на персоналот за да се задоволат потребите, а персоналот може да се префрли на нови позиции доколку нивните вештини не се користат (на пр. договори за привремени вработувања, функционална мобилност (од организациски причини) итн.)

Фаза 4. Конечно, оценете ја применетата стратегија и, доколку е потребно, направете нови ревизии и планирање. Како што беше дискутирано погоре, планирањето може да се заснова на искуство, претходни извештаи или резултати од евалуација.

Шаблоните може да се планираат на краток, среден или долг рок:

1.Краткорочно планирање: Ова е кога планирате за период до една година. Ова е местото каде што предвидувате што ќе влијае на компанијата на краток рок, на пример, пензионирање, отпуштања, заминувања итн. Краткорочната анализа им овозможува на компаниите да знаат дека персоналот треба да биде покриен за да се обезбеди производство и непречено работење. Меѓутоа, исто така е важно да се знае колку луѓе се потребни во производство и во администрација, односно директна и индиректна работна сила.

а) Директен труд може да се предвиди со следнава формула:

Потреба од персонал = број на единици што треба да се произведуваат годишно / единици произведени по часови × број на часови годишно

б) Индиректен труд (администрација) може да се предвиди преку анализа на докажани или засновани на искуство организациски критериуми и предвидените работни оптоварувања.

2.Средно и долгорочно екипирање: При проценка на потребите за персонал за период од 3 и 10 години. Ова е поврзано со посложена усогласеност, бидејќи има поголема варијација во факторите кои влијаат на персоналот.

Следниве статистички методи може да се користат за проценка на среднорочно и долгорочно планирање:

А. Екстраполација на трендот: метод заснован на историски податоци.

Б. Корелација и регресии.

В. Модели за прогнозирање: Ова е методот што прави проценки врз основа на очекувани и неочекувани променливи.

Г. Не-квантитативни методи на предвидување: Ова се заснова на стручно или специјалистичко мислење и често се применува за да се надополнат горенаведените методи.

Подолу се дадени неколку примери на прашања кои помагаат да се разбере ситуацијата на компанијата:

- Колку вработени има мојата компанија? И, колку работници ми требаат во мојата компанија?
- Какви технички вештини имаат тие? И кои технички вештини треба да ги поседуваат?
- Во кој оддел се? Дали се таму каде што треба да бидат? Во кои други одделенија би можеле да бидат?
- Какви обврски имаат тие? Кои функции ги извршуваат? и што треба да прават?
- Дали работниците имаат обука, дали да го обучам мојот персонал или да ангажирам обучен персонал, колкумина треба да се обучат?
- Дали се користат вештините на моите работници?
- Дали со сегашната организација го оптимизирам производството?
- Какви промени можам да направам за да ги оптимизирам работните места во мојата компанија за подобро да ги искористам ресурсите и економските бенефити?

ПЛАНИРАЊЕ НА ТИМСКА РАБОТА

Важноста на работната средина

Работната средина често се прикажува како основна причина за непријатност кај вработените и се смета дека предизвикува болки во грбот, зголемување на телесната тежина и напрегање на очите. Додека многу современи канцеларии го негуваат здравјето на вработените, возможно е работниците секој ден да ги напуштаат своите компании поздрави отколку кога пристигнале.

Со внимателно планирање и разбирање на релевантното истражување, менаџерите на компаниите можат да создадат здрави работни места кои ги минимизираат негативните здравствени ризици и придружните трошоци. Обмислените размислувања за дизајнот, флексибилните аранжмани контролирани од корисникот и компанииската култура на напредно размислување се само неколку елементи кои придонесуваат за благосостојбата на вработените во работната средина.

Секторски внатрешни фактори се следните:

1. Многуге привременни вработувања е еден од атрибутите на секторот HORECA, како последица на неговата сезонска природа.
2. Изборот на кадри како критериум го дава искуството и другите субјективни критериуми како последица на непосредната потреба од преклопување. Оставајќи ги настрана обуката и другите понепристрасни аспекти.
3. Секторот бара достапност на час и неделна плата.
4. Унапредувањето не е многу остварливо, нормално, компаниите се мали и средни претпријатија и има малку можности за унапредување, затоа, за професионално унапредување, потребна е ротација во или надвор од ресторанот .

Во однос на внатрешни организациски фактори, можеме да ја најдеме политиката за плати, политиката за вработување, евалуацијата на успешноста и анализата и подобрувањето на работната средина и работните услови.

Накратко, карактеристичните внатрешни фактори на една компанија конкретно упатуваат на збир на ситуации кои директно ќе влијаат на вработениот. Утврдено е дека кога работникот нема да достигне одредено ниво на задоволство, тој/таа бара друга работа.

Компанијата има за цел да го задржи персоналот; во спротивно тоа во голема мера би ги зголемило нејзините трошоци. За да се постигне оваа цел, мора да се намали ротацијата и да се решат проблемите поврзани со климата и задоволството од работата кои се важни за работникот. Ако работите на таканаречениот внатрешен маркетинг, слушајќи го работникот и преговарате за поволни услови за двете страни, недостатоците, кои ја карактеризираат индустријата HORECA како сектор со тешки работни услови во кој добар дел од луѓето кои имаат пристап до работат на тоа, се привремени.

Можности за развој на вработените во секторот HORECA

1. Прилагодете ги работните места на новите бизнис концепти засновани на достава до дома. Револуцијата во испораката на храна и нејзината голема употреба од страна на клиентите значи дека угостителските компании треба да ги приспособат своите структури на нови позиции, при што логистичкиот дел е суштински важен при проценувањето на функциите. Затоа, угостителските компании и претприемачите мора да се прилагодат на новите околности, приспособувајќи ги работните места на тековните барања на клиентите.
2. Заштеда на трошоци. Во време на нестабилност, купувањата имаат тенденција да се намалуваат и приоритет е да се постигне поголема профитабилност со помала продажба.
3. Обуката како алатка за лојалност и признание на вработените. Добрите професионалци во моментот се малку и задржувањето на работниот тим ќе биде од суштинско значење за постигнување на целите.
4. Поблиски гастрономски трендови. Вкусовите на потрошувачите се ориентирани кон јадења кои се поедноставни по изглед и со јасно дефинирани вкусови. Во потрага по тој препознатлив вкус на главната состојка, ставајќи се повеќе и повеќе акцент на оригиналните и забавни прилози. Во последно време, цветаат трендовите засновани на веганството или заложбата за вклучување на производи од растителна основа и други алтернативи со кои може да се надминат алергиите и нетолеранциите.
5. Нови технологии. Искористувањето на технолошките иновации е од суштинско значење за да му се даде на клиентот персонализирана, карактеристична и квалитетна услуга.

УПРАВУВАЊЕ СО ТАЛЕНТИ ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Управување со таленти е процес кој додава вредност на вашата организација во секоја од нејзините фази. Управувањето со таленти има за цел да ги зачува највредните ресурси на вашата компанија со цел да изградите лојалност кај вашиот талент и да бидете ефикасни. Да се има тим со одлични професионалци значи подобри перформанси и конкурентна предност.

Може да се дефинира како збир на интегрирани процеси на човечки ресурси дизајнирани да ги привлечат, развиваат, мотивираат и задржат вработените во организацијата. Доброто управување со човечки ресурси во рамките на една компанија станува сè поважно, бидејќи идејата дека луѓето се еден од најважните ресурси во една организација станува се поприсутна.

Од гледна точка на вработениот, правилното управување со таленти, исто така, им овозможува да видат каде се вклопува нивната улога во организацијата и според тоа, последователно им овозможува да учествуваат во целокупното управување на компанијата.

Управувањето со талентот во вашата компанија е проценка на знаењето, вештините и перформансите неопходни и/или пожелни за да се создаде максимална вредност. Ова ќе ви овозможи да дизајнирате политики и практики неопходни за насочување на аспектите поврзани со вашиот човечки капитал.

Општо земено, во рамките на управувањето и развојот на талентите, ќе се сретнеме со делови од модулот како што се регрутирање, обука и / или евалуација на перформансите.

Предности

Кога се проценува вредноста на спроведувањето на управувањето со таленти, важно е да се имаат предвид неговите придобивки. Уште повредно е кога компаниите сфаќаат дека новото вработување е до три пати поскапо за нив од задржувањето на значаен ресурс.

Експертите за управување со човечки ресурси ги идентификуваат следните временски рокови:

- Времето на адаптација на нов вработен во компанијата може да трае до шест месеци. Ова време одговара на времето потребно од нивното приклучување во компанијата додека не го достигнат очекуваното ниво на продуктивност.
- Интеграцијата на нов вработен во културата на компанијата може да потрае до 18 месеци.
- За новиот вработен да дознае сè за стратегијата и активноста на компанијата, овој процес може да потрае и до 24 месеци.

Сите овие причини го прават уште повредно за компаниите да ги задржат работниците кои се дел од нивната редовна работна сила. Ова е стратегијата што ја спроведуваат најконкументните компании. Компаниите растат преку добро управување со човечките ресурси, имајќи предвид дека играат суштинска улога во компанијата и ја зголемуваат нејзината вредност. Организацијата со талентирани луѓе е поконкументна компанија, способна да презема (и неутрализира) ризици и да се соочи со нови ситуации.

Фази на управување со таленти

1. Дефинирајте талент

За да биде успешен процесот на управување со таленти, треба правилно да дефинираме што е талент. Што се однесува до деловното поле, ќе ги дефинираме карактеристиките на талентот за организацијата, како што се компетенциите, вештините и посакуваните вредности во согласност со мисијата и вредностите на компанијата. Со други зборови, дефинирањето на талентот не е лесно...

Талентот се дефинира врз основа на потребите на компанијата, нејзините клиенти, начинот на работа, стилот на раководење, работата итн. Тоа е сложен поим кој зависи од карактеристиките на секоја компанија.

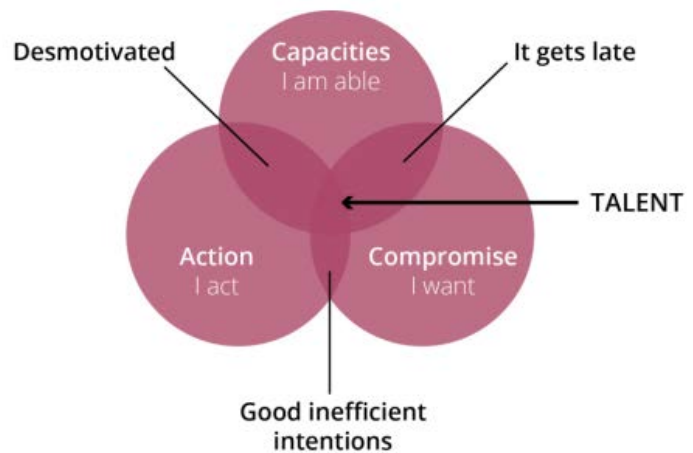
Сумирано, талентот може да се сумира по критериуми: моќ, желба и дејствување

Накратко, неопходно е да се постигне соодветно вклопување помеѓу деловните потреби на вашата организација и индивидуалните потреби на секој вработен. Следниве се прашања, чии одговори може да ги постави тековните и идните потреби на една компанија:

2. Привлекување таленти

За да привлечете таленти, неопходно е да генерирате бренд како работодавач, со што ќе постигнете поголема видливост за талентот што сакате да го придобиете. Треба да се анализира каде е компанијата и каде да се насочи, ориентирана кон активно барање нови таленти и генерирање нови контакти.

Привлекувањето нови вработени ќе и даде вредност на вашата компанија. Многу е важно да ги знаете квалитетите што ги има компанијата и да се потпрете на нив за да можете да ги „фатите“ различните кандидати и да ги постигнете целите и задачите што се



планирани. Лицето посветено на привлекување кандидати на работното место треба да се заснова на три фундаментални аспекти за ефективно да се постигне тоа регрутирање.

За да го направите ова, треба да:

- Го опишете детално профилот што го барате (одговорности, минимално искуство на позицијата, услов за јазик, достапност за патување итн.).
- Допишете кои вештини му се потребни на кандидатот за да се квалификува за вработување (лидерство, комуникациски вештини итн.).
- Имате способност да ја промовирате позицијата на професионален, сериозен и атрактивен начин (преку корпоративната веб-страница, саеми за вработување, дисеминација меѓу вработените итн.). Овој дел може да се најде во делот „Избор и регрутирање“.

Креативноста е од суштинско значење при привлекување таленти, бидејќи лицето задолжено за регрутирање мора да користи различни ресурси кои се мотивирачки. Дополнително, мора да имаме можност да направиме избор за оптимизирање на трошоците и флексибилно користење на нови социјални мрежи, договори со универзитети или внатрешни промоции.

Како можете да привлечете таленти:

1. Работете за Брендот како работодавач.
2. Вклучете работниците како амбасадори на компанијата.
3. Јасно дефинирајте го типот на талент што го барате.
4. Активно барајте нови таленти на саеми, форуми, универзитети...
5. Чувајте ажурирана база на податоци на кандидати.

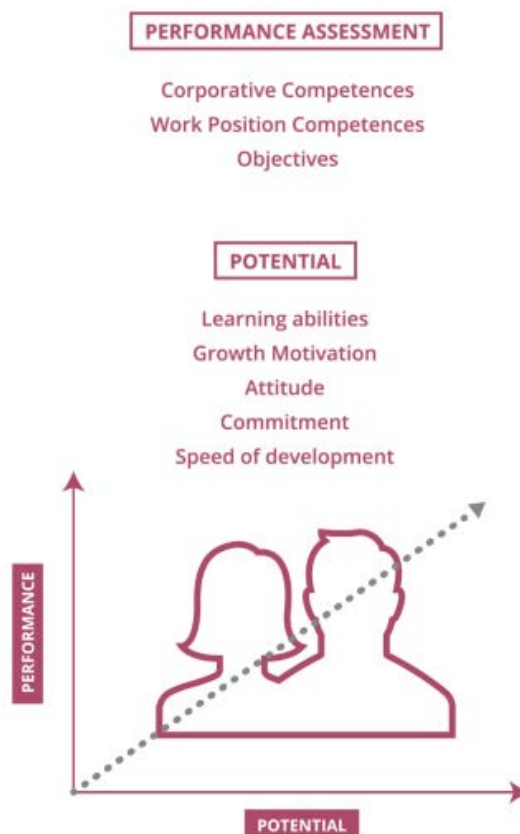
Како да НЕ привлечете таленти:

1. Дајте нереална слика за компанијата.
2. Не грижете се за вашите вработени и нека зборуваат лошо за компанијата.
3. Останете само со кандидатите кои покажуваат интерес.
4. Не објавувајте тип на профили и вредности што ги барате кај кандидатите.

3. Вреднување на талентот

За да се процени талентот, препорачливо е да се открие што имаме во рамките на организацијата, со воспоставен систем за мерење на талентот, јасно дефинирајќи што се мери и зошто се мери, креирајќи мапа на таленти.

Почетната точка за нас да развиеме алатки за проценка на таленти се компетенциите и целите.



Размислувањето за компетенциите на организацијата, и на кои треба да се фокусираме за да ги постигнеме целите и резултатите кои произлегуваат од Стратешкиот план, и да постигнеме конкурентна предност на пазарот, ќе биде клучен фактор за успех:

Откривањето на индивидуалниот потенцијал во компанијата е најважната променлива за предвидување на успехот на поединецот на дадена позиција.

4. Развивање талент

Исто така, неопходно е да ги знаеме грижите и мотивациите на различните таленти кои сме ги детектирале во компанијата за да воспоставиме различни акции прилагодени на потребите на секој човек, секогаш според можностите на компанијата.

Развојните активности може да се спроведат и внатре и надвор од работното место, следејќи ги овие планови за да се оцени дека спроведените активности се приспособени на потребите на работниците и компанијата денес, па дури и во иднина.

Развојот на професионални кариери обично се сумира под концептите на:

- Планирање на кариера: Кога проблемот се анализира од перспектива на вработениот.
- Насочување на кариера: Кога се прави од перспектива на компанијата.

Компаниите мора да ги проценат реалните можности за кариера врз основа на нивните стратешки потреби. Бројот и специјализацијата на луѓе со висок потенцијал веројатно нема да одговараат на бројот и специјализацијата на вработените кои може да имаат вистинска можност за кариера во рамките на компанијата (хоризонтална или вертикална промоција). Од суштинско значење е да не се создаваат лажни очекувања за вработените во однос на идните унапредувања.

Од друга страна, можноста за создавање на план за наследување на колега вклучува планирање на можностите за замена на персоналот на краток, среден и долг рок. Оваа ситуација им овозможува на компаниите поголема стабилност, бидејќи тие ќе бидат подготвени за губење на персонал, планирано и непланирано.

Овој план мора да го разгледа секое работно место или најважното (стратешкото) и да идентификува кои ќе бидат најсоодветните луѓе за секое од нив.

Во случај да не можеме да идентификуваме внатрешно лице со потребните карактеристики на краток рок, од суштинско значење е да користиме надворешно регрутирање.

5. Задржување на талентот

Важно е да ја анализираме атмосферата во организацијата континуирано со текот на времето, проценувајќи ги грижите, мотивациите и потребите на работниците. На овој начин, можеме да ги откриеме мотивациите кои поттикнуваат добри перформанси за да продолжиме да развиваме стратегии кои додаваат вредност на компанијата.

Воспоставувањето стратегии за задржување на луѓето во нашите компании е фундаментално, бидејќи тоа зависи од следењето и континуитетот и нивно интегрирање во промените во опкружувањето.

Човечкиот талент е стратешки ресурс, бидејќи е вреден, неповторлив и незаменлив, а исто така е и одржлива конкурентска предност. Компаниите мора да се грижат да го задржат човечкиот талент. Работниците имаат знаење, искуство, вештина и како што одминува времето се специјализираат за извршување на работата во нашите компании.

Задржувањето на талентите произлегува од потребата на компаниите да ги одржуваат највредните ресурси и вработените кои остануваат да не ги трпат последиците од ротацијата како што се:

- Демотивација на групата.
- Преструктурирање на работните планови.

Важноста на задржувањето на најдобрите таленти како деловна стратегија повлекува евалуација на методите и добрите практики во управувањето со персоналот, кои се применуваат од моментот кога се врши регрутирањето на професионалецот, воведувањето и планирањето на целите на организацијата.

И кои се основните точки за задржување на талентот?

- Прашајте ги вработените, разговарајте со нив и дознајте што им треба.
- Откријте мотивации кои поттикнуваат супериорни перформанси.
- Обидете се да ги имате сите потребни ресурси.
- Наградете ја добро завршената работа.
- Размислете за стратегија, бидете кохерентни како бизнис и покажете вистинска загриженост за ситуацијата на вработените.
- Не зборувајте само, туку и слушајте внимателно.

Меѓу другото, од суштинско значење е и дека организацијата:

- Мотивира, се додека се тргнува од основата на правична плата, постојат важни непарични стимулации за задржување таленти (помирување т.е. разрешување конфликти, емоционална плата и сл.).
- Работни услови кои на луѓето им обезбедуваат соодветни алатки и технологија за извршување на нивните задачи, покрај удобен работен ден, соодветни ергономски, хигиенски и температурни услови.
- Уважување, сфатено како позитивен фидбек кога задачите се извршуваат добро и придонесот за компанијата е достоин да се земе предвид индивидуалниот придонес.
- Атрактивни можности за работа во рамките на компанијата да се осигура дека вработениот е мотивиран да преземе нови проекти во рамките на компанијата, чувствувајќи се задоволен.
- Чувство на припадност, врз основа на врската помеѓу вработениот и компанијата што ја зајакнува постојната врска (на пример, работникот е горд што припаѓа на компанијата).
- Обука за професионален раст и развој, подобрување на процесите и личното задоволство, кои се однесуваат на подобрување на позицијата во компанијата (на пр. нудење курсеви за обука од страна на компанијата).

ОТСУСТВА

Како што е објаснето, вработените имплицитно бараат да ја задржат својата посветеност кон организацијата низ низа ставки:

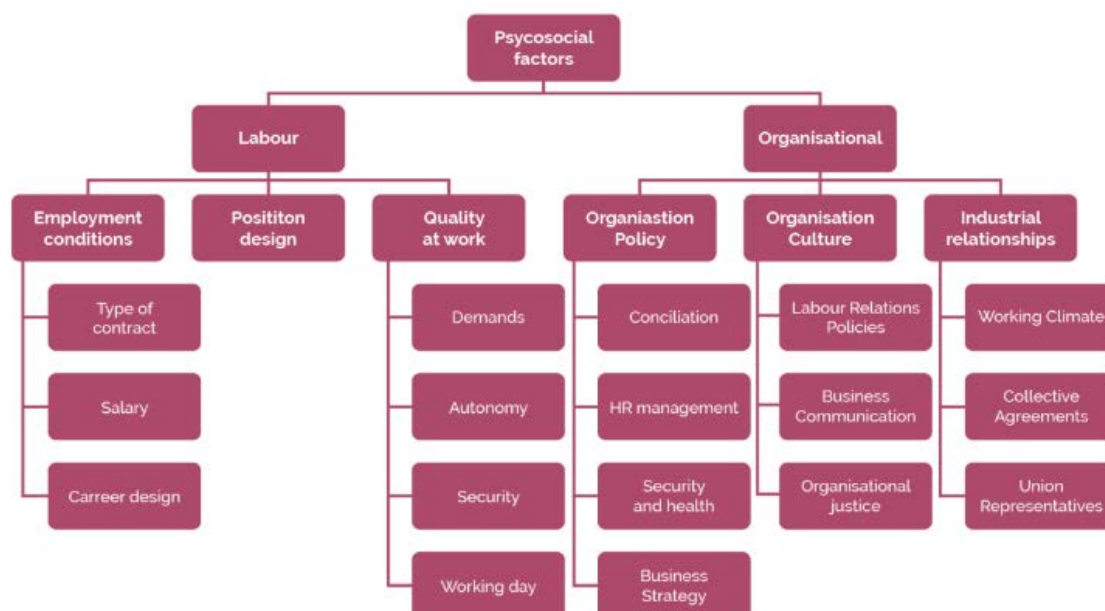
- Обука.

- Безбедност на работното место.
- Флексибилност.
- Навремена плата.
- Добри услови за работа.

Прекршувањето на овие услови, како и обврските кои не се приспособени на позицијата, прекумерниот обем на работа итн. повлекува намалување на мотивацијата, намалување на перформансите, зголемување на отсуствата и зголемување на обртот на персоналот.

Од сите овие причини, од суштинско значење е да одржуваме соодветна работна средина, бидејќи во случај да не ја добиеме, најчесто има негативни последици врз физичкото и психичкото здравје на работниците и работењето на компанијата. Отсуството е одбрана од незадоволството од работата.

Подолу можете да најдете јасна поделба на факторите кои влијаат на нечие работно место: работни и организациски причини.



МЕЃУРЕСОРСКА СОРАБОТКА

Низ историјата, важноста на меѓучовечките односи на полето на ресторани е потценета. Сепак, почнувајќи од 1980-тите, улогата на работодавачот во индустријата HORECA почна да бара одреден менаџмент и во економските прашања (буџети, трошоци, планирање итн.) и во прашања врзани за работната сила (работно право, синдикално право итн.).

Во моментот има постоечка корелација помеѓу управувањето со кујната и управувањето со персоналот; менаџерот на кујната мора тесно да соработува со менаџерот за човечки ресурси, наведувајќи го профилот на работникот што треба да се регрутира, пренесување на начинот на однесување на персоналот итн. Покрај тоа, овие две личности мора заеднички да се грижат за ИТ

и маркетингот во секторот HORECA. Следно, бројка што ја покажува усогласеноста на некои области со други, така што активноста на бизнисот се спроведува успешно.

Интеграција на знаење и трансфер на таленти помеѓу одделенијата

Интеграцијата и трансферот на знаење е нешто што ќе биде од корист за сите делови од компанијата.

Да се има структуриран процес и да се биде во можност да се пренесе знаење во рамките на една организација има значително позитивно влијание врз стапката на успех на проектите и иницијативите. Успехот на компанијата е поврзан со големиот развој на управувањето со таленти, како и со високото ниво на корелација помеѓу различните позиции и сектори.

Различни студии, како онаа спроведена од Американското здружение за обука и развој во соработка со Институтот за корпоративна продуктивност, одредуваат дека следните практики имаат позитивен ефект врз управувањето со таленти:

- Стандардизирање на процесите за оценка и давање фидбек;
- Назначување единствен функционален сопственик, во однос на управувањето со таленти;
- Развивање на организациска култура која го поддржува управувањето со таленти;
- Обезбедување доследност помеѓу активностите за управување со таленти;
- Зголемување на видливоста на иницијативите за управување со таленти.

Методи на мотивација во секторот HORECA

- Направете добра атмосфера: Задолжително е во HORECA установата да преовладува добра атмосфера. Колку подобро се чувствуваат вашите вработени, толку подобри ќе бидат нивните перформанси, бидејќи ќе бидат мирни и среќни
- Обучете ги: Клучна мотивација за секој вработен е да види дека неговиот/нејзиниот шеф вложува во него/неа. А обуката е, без сомнение, големо признание. Ако им помогнете на вашите работници да се обучуваат, ќе им дадете можност да се подобрат и, во исто време, ќе ги натерате подобро да ја извршуваат својата работа.
- Комуникација: Комуникацијата е основа на сите човечки односи. Комуницирајте со нив правилно, слушајте ги, оставете ги да бидат дел од вашиот проект и ќе можете да формирате добар тим во кој сите се чувствуваат ценети.
- Уважете ги нивните напори: Секој сака да биде уважен за својата работа, затоа, не штедете на пофалби ако резултатите го покажуваат тоа. Уважувањето на добро завршената работа ќе го зголеми задоволството на вашите вработени и ќе ги мотивира да продолжат да работат на ист или подобар начин.
- Бидете флексибилни: Вашите вработени се луѓе и имаат свој живот надвор од работа. Поголемиот дел од времето, во индустријата HORECA, времето на затворање може да биде подолго од очекуваното. Затоа, обидете се да бидете флексибилни и во времето на отворање. Надоместете ги со слободни денови кои може да се комбинираат меѓу нив за да не ја оставите кујната без персонал. Тие сигурно ќе ви се благодарат.
- Наградете финансиски: Ако вашите работници имаат пристојни плати, ќе почувствуваат дека се соодветно компензирани за нивната работа. Што може да ги задржи мотивирани и ќе сакаат да дадат се од себе? Поделба на бакшишите подеднакво меѓу нив и финансиско компензирање,

доколку поволностите го дозволуваат тоа, ќе ги натера да се чувствуваат како дел од бизнисот и мотивирани да продолжат да работат со ист интензитет.

- Поттикнете доверба и другарски однос: Обидете се да не правите споредби меѓу вашите вработени и, уште помалку, да не предизвикувате некои да се чувствуваат повеќе згрижени или ценети од другите. Однесувајте се кон сите исто и обидете се да си помагате еден на друг. Тимската работа е клучот за секој тим добро да работи.
- Грижете се за објектите: Работата на чисто и добро одржувано место ќе ги натера вработените да ги извршуваат своите работи со поголема леснотија. Погрижете се тоалетите да се секогаш во добра состојба, работните алатки да се во совршена состојба и да вршите континуирано одржување на вашите простории.
- Вклучете ги: Вашите вработени нека бидат дел од сè. Слушајте ги нивните предлози и обидете се да ги спроведете доколку тие можат да бидат корисни за вашиот бизнис. Доколку сакате да направите промени, објаснете ги причините и оставете ги да ви дадат свое мислење, на крајот на краиштата, работниците поминуваат многу часови во вашите простории и совршено се свесни за можните недостатоци што може да ги има кујната.

Други дејствија со цел да:	
Мотивирате вработени	Демотивирате вработени/Избегнувајте
<ul style="list-style-type: none"> ■ Промовирајте желба за припадност, постигнување цели и планирање заеднички активности ■ Понудете можности за вработените да преземат одговорност и поголемо лидерство ■ Гарантирајте мерки за индивидуален развој и подобрување, особено во делот на вештините 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Деловни политики како фаворизирање, унапредување без критериуми и сл. ■ Премногу правила, преголема контрола ■ Лошо дизајнирани работни процеси ■ Недостаток на супервизија ■ Недоволни ресурси

Мотивациони теории

Како резиме на досега најпознатите теории за мотивација, вклучено е резиме на трите најпознати досега. Од трите, за системите за човечки ресурси најмногу се применува Теоријата на Маслов, иако можеме да ги најдеме и теориите на Алдерфер и МекКлеланд.

Познавањето на овие теории може да ни помогне подобро да ги разбереме причините за мотивацијата на вработениот:

- Теоријата на Маслов: Мотивацијата е функција на пет психолошки потреби: физиолошки, сигурност, наклонетост, уважување и само-развој. Основниот принцип на теоријата е дека потребите на работникот може да се постават на различни позиции каде основните потреби се на дното и најразвиените се на врвот.



www.changedynamics.biz



- Теорија на Алдерфер: Мотивацијата е функција на три основни состојби: постоење, однос и раст. Фрустрацијата на повисоко ниво подразбира пречка кон следното ниво.
- Теоријата на МекКлеланд: Мотивација заснована на потребите на: припадност, моќ, компетентност и достигнувања.

Предности на континуирано работно време во HORECA

Покрај прилагодувањето кон ограничувањата кои произлегуваат од мерките за справување со COVID-19, континуираните часови обезбедуваат и релевантни предности за бизнисите во HORECA.

- Ја зголемува мотивацијата на вработените поради времето останато за нивниот личен живот.
- Ја зајакнува идентификацијата со проектот и со компанијата преку поврзување на компанијата со организација која ги зема предвид нејзините потреби.
- Го намалува стресот што се создава со подолги работни часови.
- Ја стимулира оптимизацијата на времето, со кондензирање на истите задачи во помал број часови.
- Учи на планирање, поради горенаведената причина: нема оптимизација на времето без планирање.
- Овозможува учење и тимска работа поради важноста на управувањето со персоналот или смените во рамките на ова планирање.
- Го подобрува одморот, особено со избегнување превоз до работното место половина од времето.
- Ги истражува новите интереси на работниците, кои сега имаат дополнителни можности како што се искористување на времето добиено за обука или друго.
- Ја зголемува продуктивноста, како директна последица на многу од точките опфатени во оваа листа.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НА ТИМОТ

Покрај ангажирањето квалитетен кадар со исклучително високо знаење во областа на HORECA, треба да се работи на обезбедување луѓе способни да работат во синергија, рака под рака со секоја од целите и вредностите на компанијата. За да се постигне оваа ефикасност во управувањето, некои од техниките за гастро коучинг кои се препорачуваат се:

Цели

- Спроведете обуки на кои ќе се видат вештините на членовите на тимот и врз основа на тоа ќе им се доделат улоги и одговорности, на тој начин нивните вештини ќе се подобрат.
- Генерирајте доверба во тимот со делегирање на активности во согласност со нивната област.
- Гарантирајте здрава работна средина каде што добрите постапки се наградуваат и проблемите се решаваат без страв од санкции.
- Поттикнете ја соработката со вежби и рекреативни активности кои ја подобруваат нивната комуникација и вештини.
- Соберете ги членовите на тимот и вклучете ги во донесувањето одлуки како што се дефинирање на цели и задачи.
- Промовирајте ја посветеноста на персоналот, за да се чувствуваат како дел од компанијата, ширејќи меѓу нив корпоративен идентитет и култура.

Повратни информации од вработените за тимска работа

Што е циклус за повратни информации и каква е врската со HORECA HR менаџментот?

Во основа, кругот за повратни информации е концепт за изразување на дејство кое исто така има ефект врз потеклото на тоа дејство.

Во управувањето со човечки ресурси, тоа вклучува комуникација на информации до поединецот за тоа како тоа влијае на другите. Тоа вклучува истакнување на доброто однесување, пофалување на позитивните акции и прилагодување на активностите кои бараат подобрувања. Ова вклучува вклучување на вработениот во циклус за развој на вештини, каде што при секој нов циклус ресурсите на вработениот се реevalуираат и повторно се прилагодуваат доколку е потребно, за да се поврзат со целите на компанијата.

Придобивки од примената на кругот за повратни информации

Стратегијата на круг за повратни информации влијае на речиси сите области на организацијата бидејќи може да послужи како начин да се подобрат продуктивноста во перформансите на поединецот, тимска работа на проектот, и/или процеси.

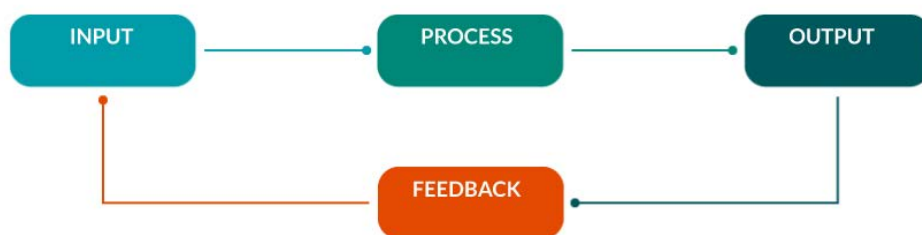
Од индивидуална перспектива, круговите за повратни информации помагаат редовно да се идентификуваат областите за подобрување во која било специфична задача. Претворање на овие потенцијални подобрувања во функционални работни ставки и олеснување на следењето и решавањето на клучните предизвици со кои се соочуваме, поврзани со која било задача, производ или процес.

Во перспективата на тимска работа на проектот, круговите за повратни информации им помагаат на тимовите да имаат покоординирани, колаборативни и посветени резултати. Плус, тие исто така

можат да поттикнат попроактивна и поделена одговорност во тимот, подобрени перформанси на тимот и агилност.

А најдобриот дел е што овој начин на интеракција, бидејќи е константен и континуиран, им овозможува да се интегрираат во организациската култура и да станат суштински дел без повторно да бараат надворешна мотивација. Овозможувајќи интеграција на сите овие позитивни принципи на управување.

The Components of a Feedback Loop and How to Build an Effective System for Your Business



Коучинг и/или обука за развој на внатрешна вработливост и развој на вработените во секторот HORECA

Вработливост е термин кој се користи за опишување на пристап кон управување со човечки ресурси во кој работодавачите обезбедуваат работни места и можности за развивање вештини што може да се искористи за градење мобилна кариера, „генерализирани инвестиции во вработените“.

Вработливоста се разликува од мобилноста на вработените во смисла дека вработливоста се однесува на трансверзалните вештини што работникот ги развива и зазема на секоја позиција што ја има во организацијата (вештини за обезбедување работа), додека организациската мобилност се однесува на движење на вработените на различни работни позиции што може да доведе до развој на вештини специфични за позицијата.

Коучингот во деловното опкружување е метод на обука во кој поiskusен или повешт поединец на вработениот му дава совети и насоки наменети да помогнат во развојот на вештините, перформансите и кариерата на поединецот. Коучингот се разликува од слични практики за човечки ресурси како менторство и советување (како чекор во попрогресивен систем).

За разлика од програмите за менторство, програмите за коучинг и обука имаат поширока применливост и има влијание на мобилноста на вработените и внатрешната вработливост. Коучингот и обуката се повеќе насочени кон краткорочна развојна поддршка во ажурирањето на вештините на вработените, фокусот е ставен на развојот на специфичните работни места и потребните вештини, како и обезбедувањето социјална поддршка.

На општо ниво, коучингот и обуката се процеси на развивање на вештините на вработените за да им се помогне успешно да одговорат на предизвиците на работната позиција, додека менторството е процес на развивање на основните вештини преку обезбедување на можности на вработените да преземат нови позиции.

Коучинг помеѓу сегашни и поранешни вработени создава додадена вредност не само за компанијата, туку и за целото општество, преку поттикнување на создавање врски меѓу поединците. Тоа не е само корисно за тренираниот и организацијата, тоа е подеднакво корисно и за тренерот.

Од друга страна, вклучување на поранешни вработени во стратегијата за управување со човечки ресурси на компанијата е начин да се задржи знаењето во рамките на компанијата и да се зачува. За пензионерите, повремено враќањето на работното место за да разговараат за своите искуства, да го пренесат своето знаење, нивните успеси и нивните тешкотии, им овозможува да продолжат да одржуваат врска со компанијата.

За денешните вработени ова носи друга димензија, која ги надминува професионалните и економските очекувања. Тоа е перспектива каде што врска меѓу поединците продолжува да се создава дури и ако тие веќе не се директно вклучени во целите на нивната компанија.

Целта не е да се промовира модел каде што границите помеѓу крајот на работниот век и пензионирањето исчезнуваат, туку поттикнување на создавање социјални врски меѓу луѓето кои имаат заеднички ангажман во животот на компанијата во подолг или пократок временски период. Фокусот на коучингот е ставен на интерните коучинг програми кои овозможуваат и поддржуваат ваков тип на социјална и развојна врска меѓу вработените во компанијата.

Надворешни наспроти внатрешни програми за коучинг

Организациска програма за коучинг која се фокусира на широки организациски цели, големи транзиции, промени во културата, развој на лидерство, зголемување на ангажираноста и задржување, или која било друга цел или предизвик, позитивно влијае на целокупниот бизнис. Тренерите работат и со поединци и со групи во рамките на бизнисот, за постојано усогласување на напорите и одлуките со главната цел, визијата и мисијата на организацијата.

Некои организации ангажираат тренери со полно работно време, ги обучуваат постоечките лидери да функционираат како коучеви или партнери кои се надворешни коучеви и кои дизајнираат и водат своја програма. Во некои случаи, надворешните коучеви ќе бидат ангажирани за да ја водат програмата првично, но дел од тоа вложување ќе биде да се создаде коучинг култура и да се обучат лидерите да ја преземат и да ја водат коучинг програмата по завршувањето на ангажманот.

Бидејќи улогата на надворешниот коуч е да го истакне најдоброто во другите, менаџерите за човечки ресурси треба да ги водат да имаат бенефит од нивните силни страни, да создадат влијание и да ги поддржат со алатки и стратегии за постојано да растат.

Во споредба со надворешната коучинг програма, интерна коучинг програма е долгорочна и има моќ да поттикне реални промени во организацијата. Станува се попопуларна, особено затоа што овој тип на програма е често поисплатлива, но и специфична за компанијата и може да биде поуспешна во развојот на вработените доколку организациската култура е поддржувачка. Внатрешните ангажмани за коучинг обично се пократки, имаат определен број на сесии и се наменети за поединци кои се на почетокот на нивното лидерско патување. Внатрешните коучеви можат да го искористат своето знаење за културата на компанијата, процесите и клучните лидери за да им помогнат на коучираните лица да постигнат подобри перформанси или да ги надминат предизвиците.

Развивање коучинг вештини

Откако ќе се воспостават ставовите и верувањата, следниот чекор е градење и усовршување на вештините на вработените кои ќе служат како коучеви. Така, третиот чекор во започнувањето на внатрешната коучинг програма е фокусот на развивање на коучинг вештините. Има **3 групи вештини кои се од суштинско значење за да се биде добар коуч:**

1. Прва вештина: Активно слушање

Задача број еден на коучот кога станува збор за внатрешен коучинг е да им помогне на колегите да идентификуваат, учат и применуваат нови и/или различни вештини или начини на работа. За да се постигне ова, коучот треба да вежба активно слушање. Истото може да биде предизвик затоа што истражувањата покажуваат дека, во просек, возрасните имаат краток опсег на внимание и нудат фокусирано внимание до 17 секунди. Ова не дозволува увид на длабочина и разбирање кои се потребни за вистинско слушање и поддршка на колегата. Парафразирањето е важен дел од активното слушање. Влијателниот коучинг разговор се состои од слушање и парафразирање. Парафразирањето му овозможува на колегата да го слушне она што го кажува, на продлабочен, разјаснет начин. Дури и ако парафразирањето не е повторување, преформулирањето на истата порака им помага да ги разберат своите мисли и да го стават нивното разбирање во контекст.

2. Втора вештина: фокусирани прашања

Следната фаза на ефективен коучинг е развивање фокусирани (моќни) прашања. Моќното (или фокусирано) испрашување значи користење отворени прашања за да се внесе учесникот подлабоко во сопственото искуство и поблиску до она што е најважно. Прашањата кои предизвикуваат личноста да размислува подлабоко и повеќе да размислува за одговор се помоќни. Клучот е да поставите прашање што може да ја натера личноста да копа длабоко или да ја разгледа можноста што претходно не ја идентификувала. Дополнително, моќното прашање не треба да содржи повеќе од 5-7 зборови, така што на слушателот му е јасно што се бара од него.

3. Трета вештина: Поставување цели

Една од работите што го прават коучингот толку ефикасен е тоа што коучот му помага на соговорникот да се движи кон само-идентификуваната цел и постојано да го враќа назад да размислува за наведената цел. Коучингот може да се случи без поставување цели, но треба да се примени за поддршка на мобилноста на вработените и внатрешната вработливост.

ОРГАНИЗАЦИСКАТА КУЛТУРА

Обично организациските верувања и заедничките вредности не се експлицитни, не се дефинирани, напишани или документирани, но се имплицитни. Луѓето ги знаат од ден на ден, по начинот на кој работат во компанијата. Иако не е експлицитна, организациската култура може да направи разлика помеѓу успехот и неуспехот.

Таа е збир на перцепции, чувства, ставови, навики, верувања, вредности, традиции и форми на интеракција во и помеѓу групите во сите организации.

Организациската култура може да го олесни спроведувањето на стратегијата доколку постои кохерентност меѓу двете или, напротив, да го спречи или одложи нејзиното спроведување. Ако ја прифатиме премисата дека деловната стратегија, покрај тоа што ја води компанијата кон постигнување на одредени економски цели, служи како водич во нејзината постојана потрага за подобрување на нејзиното работење. Затоа може да се заклучи дека културата може и влијае на резултатите од активностите на компанијата.

Важно е да се има предвид дека културата на компанијата може да има значително влијание врз активноста на компанијата, па затоа е важно таа постојано да се ревидира со цел да се осигураме дека целите се исполнети.

Културата не е нешто вечно, стабилно и непроменливо. Тоа е нешто што се создава со текот на времето и што може да се промени со растот на организацијата. Понатаму, организациската култура не е нешто што едноставно и припаѓа на една организација. Културата може да биде типична за сектор, оддел или работен тим. Ова само по себе не е добро или лошо, ова ќе зависи од ситуацијата и начинот на кој е неопходно да се развива работата за да се постигнат организациските цели.

Карактеристики на организациската култура

Бизнис културата има одредени карактеристики кои се клучни за постигнување позитивно влијание како врз меѓучовечките односи, така и врз проекцијата на организацијата. Секоја компанија треба да ги примени или прилагоди според својата визија. Ова се некои суштински карактеристики:

- **Физички простор:** Физичкиот простор на една организација, исто така, влијае и може да имплицира на идејата за културата на една компанија. Некои од овие елементи би вклучиле како да се доделува и ограничува просторот (заеднички, отворени простори, затворени врати, безбедност, фер поделба итн.), можна лична и/или корпоративна декорација (лични фотографии, работни фотографии, професионални наслови; лого на компанијата; изложбени производи); па дури и функционалноста на просторот (присуство / отсуство на социјални простори, ред, чистота, време за одмор).
- **Толеранција на ризик:** Се однесува на степенот на слобода што ја имаат вработените да донесуваат ризични одлуки.
- **Проактивност:** Се однесува на степенот на независност што поединците треба да го носат сами за себе во рамките на организацијата.
- **Идентитетот:** Се однесува не само на имиџот на компанијата (графички идентитет, лого, карактеристични бои, итн.), туку и на степенот на кохерентност. Колку е поконзистентен идентитетот, толку поиздржлив ќе биде со текот на времето. Ова обично се однесува на степенот до кој луѓето кои работат во компанијата се идентификуваат со неа. Најповршното, тоа се однесува и на стилот, изгледот или облекувањето наметнати од компанијата, слободата и индивидуалноста на стилот итн.
- **Заедничка култура:** Се однесува на вредностите, верувањата и однесувањата што ги споделуваат членовите на организацијата.
- **Комуникациски модел:** Подразбира хиерархија во однос на функциите и процесите во внатрешните комуникации на компанијата. Комуникацијата е суштински елемент за обука и одржување на организациската култура на една компанија. Некои важни елементи се процедурите за воспоставување размена на информации и идеи (е-пошта, телефон, лице в лице итн.); можностите да се најдат одредени луѓе во организацијата (објекти, многу администрација, достапност) или начинот на кој може да се побараат или формализираат состаноци (формални, меѓу колеги, луѓе кои учествуваат, одговорени прашања итн.).
- **Контрола:** Карактеристика за потврдување на флуидноста на процесите во организациите е степенот на директен надзор на вработените. Општо земено, во поголем степен или број на супервизори, процесите се помалку течни.
- **Стимулации:** Бизнис културата мора да размислува за постоењето или не на стимулативен систем, како и критериумите со кои вработените можат да уживаат во нив: продуктивност, стаж итн.

Еден од најважните концепти поврзани со организациската култура се мисија, визија и вредности на една компанија.

Овие три концепти ги дефинираат целите на организацијата и се исто така фундаментален дел од дефиницијата на културата на организацијата бидејќи тие се во основата на другите концепти.

Во многу случаи, целите на компанијата ќе одредат, на еден или друг начин, како да се постигнат и како вработените мора да се однесуваат на нивното работно место.

Да се има добро дефинирана мисија, визија и вредности е од суштинско значење за развој на соодветна организациска култура за целите на една компанија. Доследноста е од суштинско значење за работниците да ја прифатат и интернализираат културата на нивната организација.

Мисија

Ја дефинира главната цел на компанијата, потребите што таа ги покрива со нејзините производи и услуги, пазарот на кој се развива компанијата и јавниот имиџ на компанијата или организацијата.

Мисијата на компанијата одговара на прашањето: зошто постои организацијата?

При дефинирањето на мисијата на нашата организација, мора да имаме предвид три основни елементи кои мора да бидат присутни:

1. Опис на она што го прави организацијата (што да се прави).
2. Која е целта на нашата работа (кој ќе ја спроведе).
3. Што е уникатно за организацијата (што не прави различни од останатите).

Некои други одговори:

- За што е создадена компанијата? (оригинална идеја, потреби, задоволство итн.).
- Што добро знае компанијата? (дијагноза, производи, личен избор, итн.).
- Што и недостига на компанијата за да ги обезбеди своите вработени? (сигурност, промена на унапредувања, личен и професионален развој и сл.).

Визија

Дефинирајте и опишете ја идната ситуација на она што компанијата сака да го има. Целта на визијата е да ја води контролата и да ја поттикне организацијата како целина да ја достигне посакуваната состојба.

Визијата на една компанија е одговорот на прашањето: како сакаме да изгледа нашата компанија/организација во следните години?

- Каква позиција има компанијата во однос на позицијата што сака да ја заземе во својот сектор во наредните години (во продажба, профитабилност, квалитет, иновации итн.)?
- Дали постои компанија во истиот сектор или која било друга, дури и во светот, на која компанијата би сакала да изгледа?
- Како работник, што би сакале компанијата да постигне/преобрази за да бидете како работник посветени и горди?

Важно е визијата на компанијата да ја споделуваат што повеќе работници. За да се воспостави долгорочна иднина и позитивна еволуција, од суштинско значење е аспирациите на работниците да можат да се исполнат и да чувствуваат дека учествуваат во унапредувањето на организацијата.

Вредности

Ги дефинираат збирот на принципи, верувања и норми кои го одредуваат менаџментот на организацијата. Вредностите се водечки принципи кои ги водат и споделуваат членовите на една организација.

Основната цел на дефиницијата на корпоративните вредности е да се има референтна рамка која го инспирира и регулира животот на компанијата.

Вредностите се еден од основните столбови на културата на организацијата, иако не и единствениот, се разбира. Многу е важно да се дефинира на начин во согласност со целите на компанијата. Ако сакате работниците да се чувствуваат дел од организацијата и да соработуваат во еволуцијата и да ја бараат визијата, овие вредности мора да бидат споделени и прифатени од сите, тие никогаш не смеат да се наметнуваат.

Неколку прашања за работа на вредностите:

- Кои вредности се сметаат за важни во компанијата? (Квалитет на услуга, ориентација кон клиентите, тимска работа, ориентација кон резултати итн.).
- Како се рефлектираат вредностите во секојдневната работа?
- Колку е важна секоја од овие вредности во компанијата? (На скала од 1 до 5, на пример).

Примери на вредности:

- Ориентација на клиентите.
- Посветеност на резултатите.
- Одржливост.
- Интерес за луѓето.
- Социјална одговорност.
- Интегритет.

Организациски алатки

Компаниите често користат организациски графикони/шеми да се постави систем на поделба на задачите и персоналот кој одговара на нивните потреби. Организационата шема на една компанија се состои од информативен графички приказ на структурата на компанијата. Ги претставува вработените и човечките ресурси на компанијата, како и секторските структури и е добар преглед на хиерархиските односи во организацијата.

Секоја компанија ќе има своја организациска шема која ќе зависи од нејзината активност, обемот на производство и нејзината деловна култура.

Подготовката на организациска шема служи за:

- Формално формирање хиерархии помеѓу различните позиции и одделенија.
- Разјаснување на одговорностите и обемот на работа (процеси, комуникација, итн.).

- Објаснување на улогата на секоја позиција во секоја компанија.
- Олеснување на глобалната визија на организацијата на ново дојдените.
- Разјаснување на хиерархиската зависност.
- Официјализирање на внатрешните односи.

Практично е да се има различни организациски графикони, општи (компанија), специфични (области или оддели, процеси), функционални (задачи што треба да ги извршува секој) или релациски, во зависност од тоа кој ќе ја користи организациската шема и нејзината цел.

Добро дефинираната организациона шема го олеснува секојдневното управување и стратешкото планирање. Некои од основните елементи што ги имаат сите компании се прикажани во следните точки:

- Управување: Високиот менаџмент како дел на компанијата. Тие се одговорни за донесување значајни одлуки за организацијата.
- Средна линија: Ги вклучува сите средни менаџери на компанијата. Може да се каже дека тие се врската помеѓу највисокото раководство и линијата на работење на организацијата.
- Јадрото на операциите: Составен од работници кои се директно поврзани со производството на производот или услугата и неговата дистрибуција.

Други компоненти на компанијата може да бидат:

- Техноструктура: Тоа се аналитичари надвор од раководството на компанијата кои анализираат и презентираат промени во структурата на компанијата (проширувања, реструктурирање итн.) за да биде поефикасна.
- Персонал за поддршка: Ова е дел од компанијата што не соработува директно во извршувањето на дејноста, туку е посветен на поддршка на функциите за подобро извршување. Тие може и да не се дел од компанијата, туку се ангажираат на договор (на пример, консултантски услуги).

Сепак, не сите овие елементи се претставени во организациската шема на компанијата бидејќи во зависност од секторот и видот на компанијата, тие може да варираат. Ова ќе зависи и од големината на компанијата, без разлика дали доаѓа од истата индустрија.

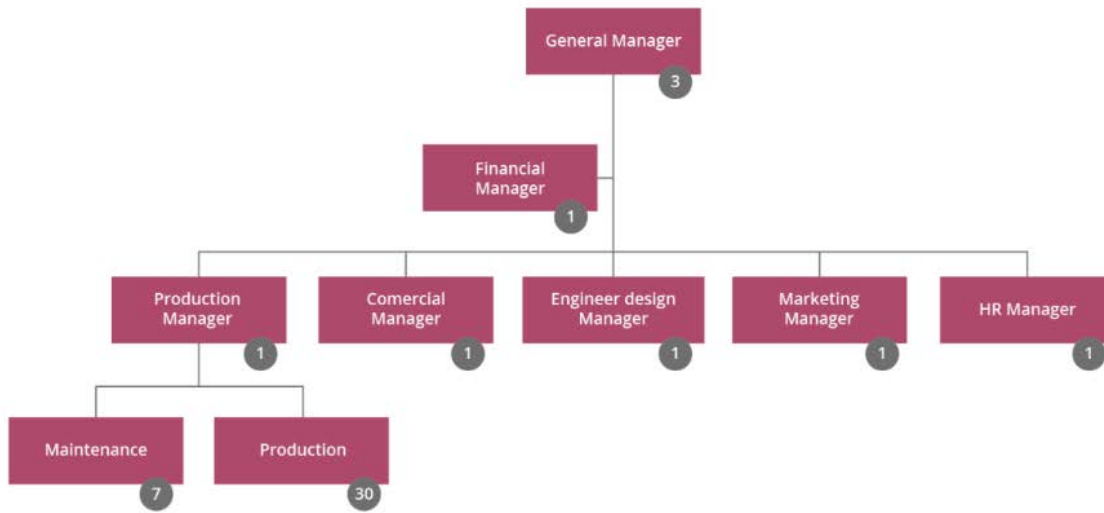
Видови организациски шеми

Подолу се најпроширените организациски шеми во организациите:

Едноставна организација

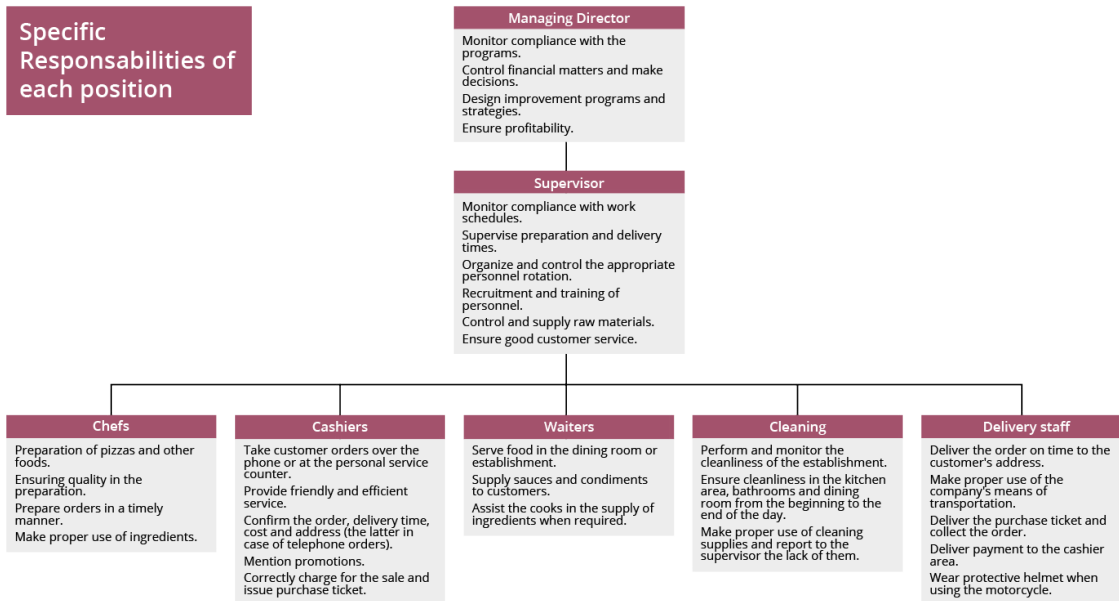
Најзастапена кај малите и средни претпријатија. Тоа главно ги вклучува менаџерите и јадрото на операциите, а ги нема другите можни елементи.

Оваа структура овозможува непречена комуникација помеѓу повисокото раководство и операторите, важна точка кога станува збор за нови компании кои се прилагодуваат на околината и треба да бидат флексибилни.



Функционален органграм

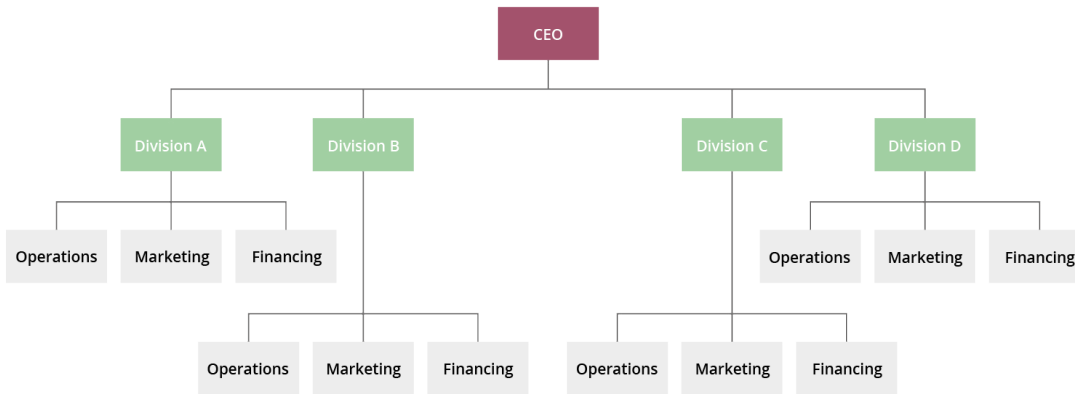
Ова претставување ги вклучува главните функции доделени на различни работни центри, како и единиците и нивните меѓусебни односи. Овој тип на организациска шема е многу корисен за обука на персоналот и општо претставување на организацијата.



Форма по дивизии (одделенија)

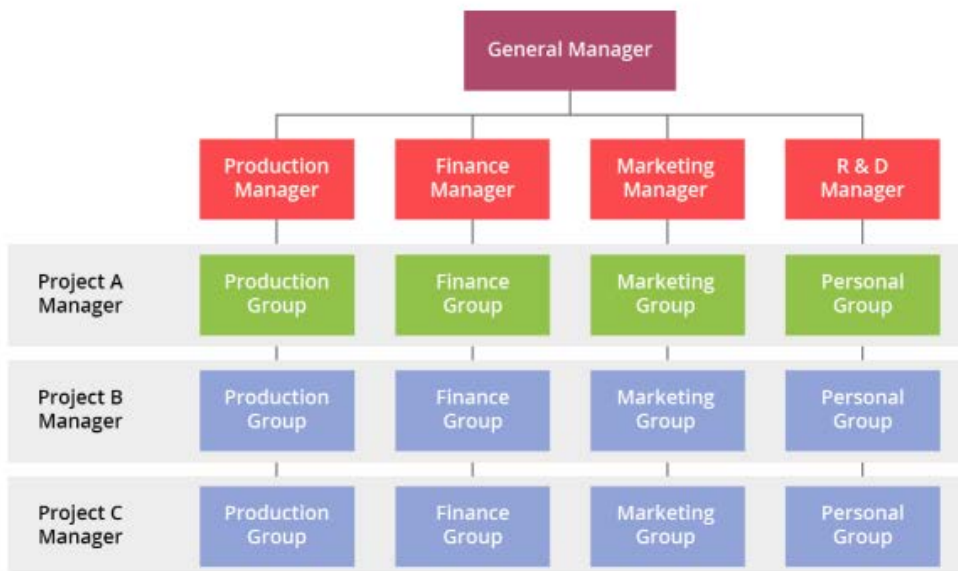
Типично за големите компании на кои им е потребна посложена структура поради видот на работата што ја работат или нивната големина.

Има структура во која се појавуваат сите елементи, но јадрото на работењето го формираат други целосни организациски структури. Затоа, постои многу широка хиерархија во компанијата, како што е прикажано подолу.



Структура на матрица

Претставува корпоративна структура во која вработените учествуваат во конкретни проекти додека продолжуваат да ги извршуваат своите должности. Се користат двојни канали: од една страна, главната хиерархија; а од друга страна специфични програми/проекти.



Како можам да направам организациска шема на една компанија чекор по чекор?

Пред сè, мора да земете во предвид дека едно лице може да припаѓа на неколку оддели во исто време; може да се обединат неколку сектори со извршување на задачи од исто лице, а можете дури и да имате еден или повеќе сектори кои се од надвор.

Имајќи го ова на ум, основни чекори за да се направи организациска шема би биле:

1. Направете список со сите можни оддели на вашата компанија.
2. Дефинирајте, колку што е можно повеќе, функции што треба да се извршуваат во секој оддел и лицето кое би било одговорно за извршување на тие задачи.
3. Направете мал преглед на хартија или со некои канцелариски програми. Примерите погоре може да послужат како инспирација.
4. Анализирајте дали секторите и нивните функции се правилно идентификувани. Промените може да се направат подоцна.
5. Пренесете ја организациската шема на вработените за да ги знаат нивните менаџери и внатрешното работење на компанијата.

Фактот дека е формализирана и достапна за целиот персонал организациската шема:

- Ја олеснува глобалната визија на организацијата на ново дојдените.
- Ја разјаснува хиерархиската зависност.
- Ги формализира внатрешните односи.

Чеклисти

Во многу наврати кујната во хотел, бар, ресторан... може да стане прилично хаотична. Кога тоа ќе се случи, нешто едноставно како чеклиста лесно може да помогне да се реши проблемот.

Чеклистата е список на дејства што треба да се прегледаат, означат или проверат. Чеклистите се алатки кои се користат за подобро да ги организирате вашите задачи и лесно да проверите кои се најважните задачи што треба да ги работите во вашата секојдневна работа. Користењето ќе ви овозможи да бидете сигурни дека нема да прескокнете ниту еден важен чекор.

Секој кој никогаш не работел во кујна би бил изненаден кога ќе дознае колку труд и време се одвојува за да се подготви и затвори секој ден.

Сите состојки мора да се подготват наутро, а потоа да се складираат правилно на крајот од денот. Ладилниците и печките мора да бидат поставени на прецизни температури за да се одржи квалитетот на храната. Површините и приборот на помалата кујнска опрема мора постојано да се чистат за да се обезбеди безбедност и хигиена на рестораните и персоналот.

Причини за користење кујнска чеклиста

Како што видовме, чеклистите за отворање и затворање се основни за внатрешната организација на кујната, бидејќи:

- Тие се јасни и концизни. Сите забораваме да направиме нешто. Со контролна листа која има јасни задачи и упатства, невозможно е вашиот тим да заборави да направи нешто.
- Тие помагаат да се организира тимот. Можете да ги користите за да ги поделите задачите на кујнскиот тим како што ви одговара, во зависност од големината на вашиот тим, кујна и листа со задачи.
- Тие се лесни за употреба. Секој вработен, од главниот готвач до оној кој мие садови, може да користи чеклиста ако е доволно едноставна.

- Тие помагаат да се стандардизира работата. Дури и ако ги имате најдобрите процеси во светот, тие нема да ви направат ништо добро ако ги немате документирано или имате начин да проверите дали се почитуваат.
- Тие се лесни за ажурирање. Треба да додадете уште една задача во процедурата за затворање на вашата кујна? Додајте го во вашата листа за проверка и испечатете/споделете нова копија за следниот ден.

Company name: Your company



FoodDocs - Opening and closing checklist

Date: _____

fooddocs.com

Done	Opening checklist
	Set an agenda for the staff meeting
	Establish goals for the day
	Explain daily specials to the staff
	Review menu items
	Staff tasting of the menu items
	Pay bills
	Answer emails, respond to reviews and social media posts
	Organize any incoming inventory deliveries
	Equipment inspection and coordinate any maintenance appointments to fix the premise or equipment
	Inspect bathroom to make sure everything is fully stocked

Done	Closing checklist
	Check staff schedule for next day
	Check clock-in and clock-out times
	Take notes on staff performance
	Keep track of overtime scheduling
	Assure that cash registers are balanced
	Do a final walk through to check that all the proper equipment is turned off
	Look at the detailed sales report at the end of the day
	Check the inventory to ensure that the kitchen and bar are fully stocked for the next day

Како да направите чеклиста за отворање?

Целта на чеклиста за отворање кујна е, на тимот на кујната да му биде јасно кои се најважните задачи што треба да се извршат во текот на денот.

Во утринските часови, обично нова нарачка за храна треба да се прими и правилно да се складира. И во исто време, храната што треба да се подготви за продажба на денот треба да се извади од складиштето. Со толку многу работа, речиси е неизбежно нешто да се протне низ пукнатините.

Еве како да развиете систем за да спречите сето тоа да се случи:

Чекор 1. Идентификувајте ги почетните задачи: Седнете со вашиот персонал и нека ви кажат сè што прават во текот на утрото. Разговарајте со познаници кои работат во други установи на HORECA и замолете ги да објаснат што прават за да ја отворат својата кујна. Набљудувајте го вашиот тим во кујна додека тие работат наутро и забележете ги сите нивни активности.

Некои од вообичаените задачи вклучени во отворањето на кујна се:

- Одржување и подготовка на опремата.
- Примање сировини и нивно ставање во магацините.

- Подготовка на прибор за готвење и подготовка на кујнски прибор.
- Палење/загревање на печки, фритези и греалки.
- Поделба, подготовка и преработка на храна.
- Складирање во канти за отпадоци и искористување на остатоците.

Откако ќе имате сè што треба да направите, ќе ги имате сите дејства што треба да ги вклучите во вашата почетна чек листа.

Чекор 2. Организирајте ги почетните задачи: Правилниот начин да се направи чек листа е да ги поделите задачите на делови, како што се подготовка на храна, чистење, организирање итн.

Поминете низ списокот со задачи и пронајдете заеднички нишки меѓу нив. Потоа групирајте ги по приоритет, сродност со задачи, близина итн.

Чекор 3. Направете чеклиста за отворање кујна: Откако ќе ги организирате сите ваши задачи, додајте ги во табела (како Excel), испечатете ги и користете ги како чеклиста за отворање на кујната на хартија.

Чувајте копија од вашиот Excel за да можете повторно да ја печатите/споделувате секоја недела и кога процедурите се прилагодуваат или менуваат.

Погрижете се да оставите празно место на дното за да додадете коментари и потпис на оној кој ги прегледал задачите, за да можете да ги следите грешките и предлозите.

Како да направите чеклиста на затворање?

Процесот на чеклиста за затворање на кујната е многу сличен со процесот на чеклиста на отворање. Меѓутоа, за разлика од чек листата на отворањето, чеклистата на затворањето треба да стави поголем акцент на безбедноста и чистотата.

Бидејќи храната се чува преку ноќ, тоа мора да се направи на правилен начин, бидејќи секоја грешка во овој поглед може да предизвика големи проблеми. Оставањето на шпоретот или рерната или незатворањето на вратата од фрижидерот правилно може да го оштети вашиот бизнис или да ви ја расипе храната.

Треба да преземете дополнителни мерки на претпазливост кога ја поставувате оваа чек листа за да се осигурате дека овие мали (или големи) проблеми нема да се појават.

Чекор 1. Идентификувајте ги задачите за затворање: Набљудувајте го вашиот тим додека работи и кога затвораат навечер.

Забележете ги сите проблеми што сакате да ги решите со чек листа за затворање на кујната.

Некои од вообичаените задачи за затворање кујна се:

- Безбедно чување чаши, садови и прибор за готвење.
- Исклучете ги сите жешки површини, светла, печки, скари и шпорети.
- Завиткајте и чувајте ја целата преостаната храна за подоцнежна употреба.
- Дезинфицирајте ги сите површини и исчистете ги сите подови.
- Исчистете ја решетката во кујната.
- Исчистете го аспираторот.

- Извадете го губрето.

Чекор 2. Организирајте ги завршните задачи: Исто како и вашата чек листа за отворање, ќе биде многу корисно да се структурира чек листа на затворањето на вашата кујна по вообичаени задачи.

Бидејќи има повеќе задачи што треба да се направат на затворањето отколку на отворањето, оваа организација станува суштинска. Безбедноста и чистотата се некои од категориите што можете да ги користите за да ги организирате вашите задачи за затворање.

Задачите треба да се организираат на:

- Дневни задачи (по сервис).
- Неделни задачи (потемелно чистење вклучувајќи фрижидери, аспиратори и полици).

Чекор 3. Направете чек листа за затворање на кујната: Откако ќе имате сè подготвено, наведете ги задачите на табела и користете ја како чек листа за затворање на кујната во верзија за печатење.

Како и досега, оставете простор за коментари и потпис од оној кој ги прегледал задачите за да може да се следат грешките и препораките.

Распоред на смени

Технологијата овозможува добро прилагодување на смените и добриот софтвер за распоред може да заштеди многу време. И покрај фактот дека во угостителството, распоредот се разликува многу, треба да се обидеме да го подготвиме распоредот најмалку две недели однапред:

- Проучете ги видовите на договори на секој член на персоналот и нивните ограничувања за да не ги прекршите.
- Означете ги слободните денови за секој член на персоналот.
- Одредете и организирајте кои позиции и точки во ресторанот/барот/кафулето..., и во работата со гости и во канцеларија, треба да бидат покриени или со повеќе персонал во зависност од различните периоди од денот. Број на готвачи, келнери, бармени итн.
- Осигурајте се дека смените на менаџерите се распределени и поставени.
- Поставување на дневните смени за да се гарантира услугата.
- Пресметајте ги договорите со полно работно време за чисто сметководствени цели.

Неочекуваните настани се многу чести во угостителството. Така, имајте на ум дека, генерално, сето време над 40 часа е прекувремено. На вработените може да им се понуди можност да останат подолго само со компензација. Исто така се препорачува да се има база на персонал со скратено работно време и вработени лица со полно работно време.

Како да ги организирате слободните денови на персоналот

Мора да бидеме правични во распределбата на смените за да обезбедиме денови во неделата за одмор:

- Често менувајте ги распоредите за секој вработен: Во HORECA компанија, максималниот обем на работа и времето на зафатеност се разликуваат во зависност од потребите на бизнисот. Важно е персоналот да биде отворен да преземе можни промени во смените, во замена, на пример, за слободно време.

- Правичното планирање на смените со ротирачки промени на смените за постариот персонал, како и за новиот персонал, ќе осигури дека целиот тим е подготвен да се справи со нивото на работа во различни периоди од денот.
- Планирајте точен број вработени во секое време: Клучно е да се приспособи работната сила на реалната побарувачка и за тоа е препорачливо да се потпрете на решенија кои ви помагаат да ја процените побарувачката или продажбата што е можно попрецизно.
- Бидете во контакт со некои вработени кога е потребно: Иако е идеално да не се одржува персонал на повик, препорачливо е да имате одредени членови на тимот кои можат да ускочат во смена во одредени исклучителни ситуации. Ова е алтернатива што е полесно да се постигне со менаџерите.
- Двајца менаџери се подобри од еден: Имањето повеќе од еден менаџер ќе обезбеди поголема контрола на смената и покривање на услугите. Тоа е поскапо, но на долг рок тоа ќе биде враќање на инвестицијата.
- Персоналот има животи надвор од нивната работа: При планирање на смените, претходно треба да се провери нивната достапност.
- Обезбедете периоди за одмор: Почитување на договорите за работа, но и размислување за стрес и замор, меѓу другото, со цел да се промовира добра работна средина.
- Воспоставете правила и упатства за да се обезбеди добро управување: Ова ќе помогне да се избегнат можни грешки и постојана ревизија на распоредот.
- Запишете ги сите барања на персоналот за слободно време и слободни денови: Преку упатства кои утврдуваат минимални периоди на известување за вработените, или со правила за целиот персонал.

Следното е пример за распоред за кујна:

BLACK MOUNTAIN HOH

	Sun 8/26/2018	Mon 8/27/2018	Tue 8/28/2018	Wed 8/29/2018	Thur 8/30/2018	Fri 8/31/2018	Sat 9/1/2018	
Bob	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Carl			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Juan			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Jose	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
								0
Tom	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Cindy			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Ralph	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
William	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Henry	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	45
Phillip		2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM		45
Tim	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Saute								0
Grill								0
Wheel								0
Pantry								0
								0
								0
								0

Софтвери за управување со кујна

Софтверите за управување со кујната ќе заштедат време на сопствениците и менаџерите на компаниите во HORECA, но пребарувањето за совршен софтвер може да одземе доста време. Многу компании нудат сеопфатни системи, но не сите ќе бидат идеални за секоја кујна.

Подолу е листа на некои од најдобрите софтвери за управување:

- XTRACHEF: Финансиските и оперативните алатки на платформата им овозможуваат на операторите на прехранбената индустрија да ги максимизираат маржите. Некои од функциите на системот за управување вклучуваат автоматизација, управување со трошоците за храна, извештаи во реално време, управување со рецепти и управување со залихи.
- RESTAURANT 365: Овој систем нуди софтвер за сметководство, залихи, платен список и известување што може да се интегрира со POS системот на ресторанот и со банкарските партнери. Оперативните и финансиските алатки се прикажани на истата контролна табла, а компанијата нуди и мобилна апликација како дел од системот. Тоа е опција за ресторани со повеќе единици и франшизи.
- FOODAGER: Главните моменти на Foodager вклучуваат ефикасна нарачка, автоматско сметководство и планирање на менито за максимизирање на профитот. Со овој систем, рестораните можат да поминат целосно без хартија во текот на процесот на нарачка и примање. Овој систем за

управување работи за претпријатија со единечни и повеќе единици, вклучувајќи QSR, ресторани со целосна услуга, барови, ноќни клубови и хотели. Со својата способност да ги следи сите трошоци, Foodager им овозможува на операторите да заштедат пари и да го зголемат профитот.

- APICBASE: Платформи за ресторани со целосна услуга, хотели, синџири на ресторани и установи за брза услуга. Овој софтвер им овозможува на своите корисници да ги следат и контролираат трошоците за храна, да пресметуваат маржи и да управуваат со сите операции во домот. Компанијата нуди девет компоненти „модули“, вклучително и аналитика за продажба, инвентар и планирање на менито, кои може да се користат и додадат според потребите на ресторанот.
- POSIST CLOUD KITCHEN MANAGEMENT: Им служи на QSR, висока класа ресторани за јадење и сè помеѓу овие категории, вклучувајќи кујни, пекари, микро пивари и паркови за храна. POSist може да работи со ресторани и установи од која било големина и нуди интуитивна POS технологија.
- URBANPIPER: Нуди алатки за оптимизирање на дигиталниот капацитет на ресторанот и онлајн присуството. Пакетот произведи на компанијата вклучува приспособливи веб-локации и апликации, контролна табла CMS + CRM и алатки за кампања. Системот базиран на облак овозможува најновите ажурирања на системот и поправени грешки да се бесплатни.
- JAMIX: Системот за управување со кујната на Jamix може да се користи од сите видови установи за храна, вклучувајќи ресторани и синџири на храна, кафетерии. Системот за управување со кујна базиран на облак нуди планирање на менито, нутриционистичка анализа, управување со залихи, управување со рецепти и набавки. Таа има за цел да создаде одржливи кујни и може да се користи од било која големина на услуги за храна.

КОМПЕТЕНЦИИ НА ПЕРСОНАЛОТ ПОТРЕБНИ ЗА ИЗВРШУВАЊЕ НА ЗАДАЧИТЕ ВО КУЈНАТА

1. Креативност: професионален готвач остава по малку од себе во секое јадење. Поставувањето, комбинацијата на бои, вкусови и мириси се некои од факторите кои мора да се модифицираат со голема креативност за крајниот производ да биде вкусен. Во студиите за готвење, креативноста не се учи (се верува дека оваа способност е вродена), но се учи како да се обликува.

2. Ред: никогаш не можете да кажете дека сте виделе професионален готвач како прави неред во кујната. Всушност, е основен услов да се добие професионален сертификат за готвење во кое било училиште за готвење. Среденоста е способност што се негува дома, а потоа се носи на професионално поле. Покрај тоа, работата во средена средина ви овозможува да имате поголема брзина и разновидност.

3. Иницијатива: меѓу најважните вештини е компетентноста во оваа област. Практичарите во кујната имаат голема наклонетост кон создавање нешто ново. Нивната љубопитност ги наведува да пробаат работи што некој друг можеби не се осмелува да ги направи, со што откриваат извонредни јадења или техники досега невидени.

4. Способност за формирање тимови: кујната генерално не се состои од еден готвач. Има многу членови, а тимската работа е неопходна за да ги извадите порциите навреме и доследни на рецептот. Ако не се чувствувате подготвени да работите во тим, можеби е подобро да се посветите на друга професија.

5. Брзина: Друг важен фактор што треба да се земе предвид пред да се студира готвење е брзината на работата. Во професионална кујна, сè се случува апсолутно брзо. Затоа брзината оди рака под

рака со управувањето со стресот. Професионалниот готвач мора да биде способен да остане смирен додека работи со голема брзина.

6. Добар вкус: што би бил готвачот ако не бил сигурен кога неговата/нејзината храна имала добар вкус? Јазикот на професионалецоот мора да биде калибриран за да почувствува слатко или кисело, солена или зачинета храна, така што на тој начин тој може да создаде рамнотежа на вкусови што прават извонредно јадење.

Вештини за делегирање

Да се има способност за делегирање е важно за секој претпоставен или менаџер. Менаџерите треба да бидат способни да им веруваат на вработените со одговорности, а сепак да се грижат дека работата е добро завршена. Во работната средина, делегирањето обично значи пренос на одговорност за задача од менаџер на подреден. Одлуката за делегирање обично ја носи менаџерот. Сепак, понекогаш некој вработен доброволно ќе преземе ваква улога.

Делегирањето може да се случи и кога постои помалку формална херархија. На пример, колега кој е назначен како лидер на тимот може да делегира задачи на колегите од исто ниво.

Кои се вештините за делегирање?

Поголемиот дел од времето, добрите менаџери знаат како да ја постигнат секоја задача што ја бара тимот. Подобрите менаџери знаат дека не треба да се обидуваат да ја завршат секоја задача од две причини.

Прво, тие знаат дека е многу веројатно секој член на тимот да може да ги заврши повеќето од тие задачи добро или одлично. И второ, добрите менаџери разбираат дека не треба да го преоптоваруваат својот распоред со микроменаџирање. Лидерите кои знаат да управуваат секогаш ќе делегираат. Тие учат како да управуваат со сопствените грижи за тоа дали членовите на нивниот тим се доверливи или не. Тие знаат како да ги поучат членовите на нивниот тим на начин што ги прави членовите да се чувствуваат овластени да ги остварат задачите што се бараат од нив.

Делегирањето не мора да значи пренос на целосна одговорност. На пример, менаџерот може да побара од подредениот да ангажира административен асистент, но менаџерот сепак ќе ги прегледа активностите што ги презема подредениот за да ја исполни задачата и ќе обезбеди насоки.

Видови вештини за делегирање

1. Обука

Често кога делегираат, ќе мора да бидете сигурни дека вашиот вработен или колега на исто ниво ги има вештините и способностите потребни за извршување на задачата. Ова може да бара одредена обука пред делегирање. Добриот менаџер знае како ефикасно да ги обучи своите вработени во извршување нова задача или вештина. Некои задачи бараат увид и експертиза на менаџерот.

Пред делегирање, менаџерите треба да ги проценат задачите за да утврдат дали има смисла да ги пренесат на подреден.

Друга задача за делегирање што ја преземаат менаџерите е идентификување на надворешни ресурси – без разлика дали се работи за технологија или други компании – кои можат да помогнат во секојдневните задачи.

Идентификување на активности со висока вредност:

- Проценка на силните и слабите страни на вработените
- Креирање на бонуси
- Управување со таленти
- Унапредување
- Креирање описи на работни места
- Вработување
- Истражување на достапните алатки за обука
- Аутсорсинг
- Соработка

2. Доверба

Честопати, менаџерите не делегираат затоа што не им веруваат на своите вработени дека ќе ја завршат работата толку добро колку што би сакале. Добриот менаџер им верува на вештините на своите вработени. Тој/таа изнесува јасни очекувања и дава повратни информации, но тој/таа не го прави тоа микро управување додека работникот работи на задачата. Довербата е клучна за ефективно делегирање.

РЕШАВАЊЕ НА КОНФЛИКТИ ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Конфликтот во компанијата

Речиси се претпоставува дека имањето некаков конфликт на работа е нормално затоа што луѓето со различни лични карактеристики, цели и потреби мора да живеат заедно на работното место. Овие конфликти можат да генерираат атмосфера на непријателство што мора да се реши. Всушност, ако тие се правилно решени, може да се изнесат позитивни елементи како што се личниот или професионалниот раст.

Конфликтот вклучува ситуација во која еден дел од членовите на групата зазема позиција значително различна од останатите членови, намалувајќи ја или елиминирајќи ја кохезијата. Во работниот тим тоа може да се појави кога постои нееднаквост на условите и третманот помеѓу членовите кои се дел од групата.

Во развојот на работниот тим често се случува во одреден момент да се појават лични конфликти, проблемот се јавува кога конфликтите генерираат сериозна конфронтација помеѓу два или повеќе членови на тимот. Оваа ситуација предизвикува перформансите на тимот веднаш да настрадаат. За еден тим да биде ефикасен, неговите членови треба да бидат совршено усогласени еден со друг. Имајќи го ова предвид, јасно е дека еден тим не може да дозволи ваков тип на конфронтација да се случи, а доколку се случи, мора веднаш да се прекине.

Водачот и сите членови на групата се должни да осигураат дека постои оваа хармонија и добра работна атмосфера, што значително ќе ги намали можностите за конфронтација.

Видови конфликти

- Латенти: Постојат, но не се манифестираат.
- Манифестирани: Тие се видливи на јасен начин.

Конфликтот почива на два основни столба: емоционален и структурален. При решавање на конфликтот, мора да се земат предвид двете страни, рационалната и емотивната. Поради оваа причина, првото нешто е да се откријат причините што ја предизвикуваат оваа емоционална непријатност.

Може да се случи оваа емоционална непријатност да потекнува од структурни проблеми, како што е лошиот дизајн на структурата во однос на внатрешната организација, улогите... Откако ќе се преземе овој прв чекор, мора да се преземе акција за да се спречи конфликтот да стане невозможен за управување.

Конфликтите не треба да се забораваат, туку да се решаваат, бидејќи нерешениот конфликт ќе доведе до поделба и раздор на работниот тим, порано или подоцна. Нерешавањето на конфликтите поради недостаток на капацитет или неподготвеност да се направи тоа може да доведе до носење на конфликти на лично ниво, уништувајќи ја можноста тимот да функционира правилно и трошејќи го талентот на неговите членови. Покрај тоа, создава лоша работна средина која ги нарушува перформансите.

Причини за работните конфликти

Конфликт	Елементи	Опис
Конфликт на ресурси	Материјали, просторија за компјутер итн.	Ако на неколку луѓе во тимот им требаат исти ресурси, лидерот треба да се обиде да ги натера сите ефикасно да ги користат ресурсите, при што преовладува интересот на тимот.
Стилски конфликти	Начини на работа, личност, стилови на однесување (ред/хаос, надзор/автономија)	Потребно е да се земат предвид различните стилови кои се обележани со личност и потреби при формирање на тимови и доделување работни улоги.
Конфликти на перцепцијата	Различни гледишта, гласини, разлики меѓу групите.	Отворената комуникација мора да биде олеснета и да се обезбедат цврсти аргументи за секоја перцепција.
Конфликт на целта	Неколку цели и задачи во рамките на компанијата	Претпоставените мора да бидат координирани во поставувањето цели и избегнување на конфликтни цели. Целите мора да бидат јасни и потребна е добра комуникација за да се постават.
Спорови за притисок	Итни случаи кои поттикнуваат притисок и стрес. Итни случаи кои поттикнуваат притисок и стрес.	Се јавува кога не може да напредувате во работата бидејќи зависите од други одделенија кои имаат други итни случаи, но имате рок. Потребно е планирањето да се направи пофлексибилно и да се утврдат заеднички приоритети.
Конфликти на улоги	Истиот работник мора да извршува задачи што не одговараат на неговата или нејзината улога.	Борбите за моќ или судирите меѓу работниците може да се генерираат поради преклопување на функциите. Потребна е добра комуникација за потребата секој човек да ја изврши задачата.

Конфликти на вредности	Различни лични вредности.	Направете добар избор на персонал, земајќи ја предвид усогласеноста на вредностите вработен-компанија што треба да се вработи.
Конфликт околу политиката на компанијата	Нејасни политики на компанијата.	Сите вработени мора да ги знаат политиките на компанијата. Тие мора да бидат напишани јасно за да се избегне забуна и конзистентност помеѓу напишаното и применетото.

Следните чекори треба да се преземат за решавање на конфликти во групи:

- Дефинирајте го проблемот (Што не е во ред?).
- Анализирајте ги причините (Зошто?).
- Дефинирајте ги целите за акција (Што сакаме да постигнеме?).
- Генерирајте алтернативи (Што можеме да направиме?).
- Изберете ја најоптималната алтернатива (Што да правиме?).
- Операционализирајте го избраното решение (Како го правиме тоа?).
- Ставете го во пракса (Направете го).
- Оценете (Што направивме? Како е сега?).

Други бенефиции што можеби не се размислени можат да се постигнат со решавање на конфликтот. На пример, може да се постигне поголемо разбирање меѓу вработените бидејќи за да се реши тоа, инволвираните луѓе мора да станат свесни за ситуацијата, нудејќи им нова перспектива за тоа како да ги постигнат своите цели. Тоа, исто така, води до поголема групна кохезија, создавајќи поголема почит меѓу членовите на тимот и поголема способност за заедничка работа.

Тимската работа е дефинирана како заедница на двајца или повеќе луѓе организирани на одреден начин, кои соработуваат за да постигнат заедничка цел, а тоа е извршување на одреден проект.

Како можеме да ги решиме овие конфликти? Клучот е во самоувереноста и како да управувате со неа за да управувате со конфликтите.

Наметливоста е личносно однесување кое, далеку од себично, подразбира длабока почит и кон нашиот партнер за разговор и кон самите нас. И двајцата се на исто ниво. За да знаете како да користите асертивност, мора да знаете како да прашувате, да кажете не, да преговарате и да бидете флексибилни во постигнувањето на она што го сакате или постигнувањето на вашите цели. Асертивноста значи и примање критики и прифаќање поплаки.

Како да се зголеми таквата асертивност може да биде клучен фактор за управување со внатрешните конфликти во компанијата. Нејзиното развивање ќе помогне во управувањето со секој конфликт во компанијата/организацијата. Некои насоки што треба да се следат во компаниите може да го развијат овој квалитет кај менаџерите за човечки ресурси или претприемачите на мали и средни претпријатија.

1. Опишете конкретни факти:

Само тогаш можете да имате преговори каде што можете да поставите дискусија. При опишувањето на наодите или настаните што се случиле, другата страна не смее да ги негира. Потоа, можеме

да разговараме за решенија и да направиме конкретни пристапи. Тука е клучно прашање да се избегнат вредносни судови.

2. Изразете ги чувствата:

Комуницирајте јасно и воспоставете силни точки за тоа како се чувствувате за она што се случило и вашите идеи за тоа. Исто така, време е да опишете што ви се допаднало или не; ако сте се чувствувале понижени или повеќе не можете да поднесете некоја ситуација. Не се работи за тоа да се биде во право или не, туку да се изрази вашето гледиште на начин со почит. Не треба да се трудите да бидете во право и не треба да ве критикуваат поради тоа.

3. Конкретно побарајте што сакате другите да прават:

Не се работи за зборување општо. Треба да бидете конкретни и специфични. Станува збор за изразување на однесувања и ситуации кои другата страна може да ги разбере.

4. Објаснете ги последиците (позитивни или негативни) од вашите постапки:

Станува збор за објаснување на последиците од неправедноста на она што е побарано од вас. Пожелно е да се коментираат позитивните аспекти.

Клучни работи за управување со конфликти

- Почетна порака: Асертивно понудете соработка од самиот почеток
- Дефинирајте го проблемот: Заеднички поставете го проблемот.
- Знајте ги мислењата на другите: И покрај тоа што може да не ви се допаѓаат.
- Изразете го своето мислење: Без да има конфронтација
- Најдете заеднички цели: Што сакаме двајцата?
- Бура на идеи, алтернативи: Тоа може да ја реши ситуацијата и во интерес на сите.
- Изберете можни решенија.
- Одлучете како да ги оценувате и контролирате резултатите.

Како да се спречи и управува со стресот и исцрпеноста?

Силно поврзан со отсуството од работа, стресот го влошува здравјето на работниците и прави веројатно да земат боледување или да се целосно отсутни. Луѓето неизбежно доживуваат стрес од време на време. Меѓутоа, кога тоа е прекумерно повлекува многу проблеми, организациите мора да се грижат не само да го решат, туку и да го спречат.

Стратегии за управување со стресот на работното место може да и помогне на вашата компанија да се подготви и да се справи со неизбежното за да го минимизира негативното влијание. Постојат многу стратегии за управување со стресот на работното место што лидерите и менаџерите можат да ги усвојат за да помогнат во намалувањето на нивото на стрес во тимот.

Причините за работен стрес и важноста на управувањето со стресот во компанијата

Важна мерка за контрола на ризикот за стресот поврзан со работата е да се земе предвид рамнотежата помеѓу работата и животот при обезбедувањето ресурси. Неуспехот брзо да се открие

и спроведе ефективно управување со стресот на работното место може да има долгорочни ефекти врз здравјето на вработените – и бизнисот.

Во оваа смисла, организациите кои сакаат да имплементираат пристап за управување со стресот треба да спроведат студии за обемот на работа и да имаат организациски модел кој овозможува воспоставување агилни и динамични механизми за работа, за да преовладува ефикасноста и да се намали стресот со добра распределба на работата и да се избегнат тесните грла.

Кои се некои вообичаени причини за стрес на работа?

Глобализацијата, аутсорсингот на економијата и технолошкиот напредок предизвикаа значителни промени во светот на работата. Овие промени резултираа, директно или индиректно, со зголемен обем на работа, намалување на обемот на работа преку планови за реструктуирање, зголемена несигурност на работните места и зголемена потреба за флексибилност во вештините на вработените, а сето тоа придонесува за зголемено ниво на стрес на работното место. Меѓу причините кои редовно се наведуваат се следниве:

- Реорганизација на трудот.
- Работна несигурност.
- Долго работно време.
- Преоптоварување од работа.
- Вознемирување и насилство на работа.

Според истражувањето спроведено од Европската агенција за безбедност и здравје при работа, стресот на работното место го доживуваат приближно половина од сите работници и се проценува дека е причина за 50–60% од сите изгубени работни денови.

Стресот претставува еден од најголемите предизвици за јавното здравје и безбедност при работа во наредните децении, но и во однос на економските перформанси. Во 2013 година, стресот, депресијата и анксиозноста беа вториот најчест здравствен проблем поврзан со работата (16%) по мускулно–скелетните нарушувања (60%), како што се болките во грбот.

Стресот поврзан со работата може да биде предизвикан од различни настани. На пример, едно лице може да се чувствува под притисок ако барањата на неговата работа (како што се часовите или обврските) се поголеми отколку што може удобно да се справи. Други извори на стрес поврзан со работата вклучуваат конфликти со соработниците или шефовите, постојаните промени и заканите за безбедноста на работата, како што е можното отпуштање. Меѓутоа, она што едно лице може да го смета за стресно, друго може да го смета за предизвик. Дали некое лице ќе доживее стрес поврзан со работата зависи од работата, психолошкиот профил на личноста и други фактори (како личниот живот и општото здравје).

Некои вообичаени стресни фактори на работното место се:

- Ниски плати.
- Преголеми оптоварувања.
- Малку можности за раст или напредок.
- Работа која не е привлечна или предизвикувачка.
- Недостаток на социјална поддршка.

- Немање доволно контрола врз одлуките поврзани со работата.
- Конфликтни барања или нејасни очекувања за перформансите.

Управување со стресот на работното место

Важно е менаџерите да го препознаат стресот поврзан со работата како главен здравствен и безбедносен проблем. На работното место, поклопувањето помеѓу вработените и околината треба да биде примарен фокус. Ако тоа е добро поклопување, вработениот веројатно ќе се опушти. Лошото вклопување ја зголемува напнатоста и стресот. Менаџерите и компаниите мора да ги испитаат условите што ги создаваат за вработените. Тие треба да се погрижат компаниите да понудат работно место која ја исполнува дефиницијата на вработените за нестресна.

1. Обнове го местото.
2. Дозволете флексибилни часови.
3. Поттикнувајте социјална активност.
4. Создадете тивки моменти.
5. Дајте совет.
6. Уважете ги вашите вработени.

Избор и регрутирање во Организацијата

Изборот на персонал има за цел да го пронајде вистинскиот кандидат за покривање на одредено слободно работно место во вашата компанија. За да го спроведете овој процес на оптимален начин, мора да ги земете предвид стратешките цели на вашата организација (мисија, визија, вредности) и нивните карактеристики, како и барањата на позицијата што треба да се пополни.

За малите компании, овој процес може да биде скап, бидејќи нема специјализиран персонал посветен на човечки ресурси.

Во следните делови можете да најдете практични совети за тоа како да се направи добар избор на персонал, главно во индустријата HORECA, така што персоналот на една компанија од овој сектор може да има доволно ресурси за пополнување на слободно работно место со оптимален кандидат и со најниски можни трошоци.

Пред да размислиме за инкорпорирање на ново лице во нашата компанија, треба да си ги поставиме следниве прашања:

- Дали е навистина потребно да се изврши ново вработување?
- Дали сме размислувале за работата за која ќе биде задолжен тој човек? Кој ќе одговара за тоа лице?
- Дали има вработен во компанијата кој би можел да ги преземе тие одговорности?

Не постои едноставен начин да се одговора овие прашања, но некои аспекти што треба да се разгледаат може да бидат:

- Тековен и предвиден обем на работа, како и наплатата што компанијата мора да ја достигне за да ги оправда трошоците за работната позиција што сакаме да ја отвориме.
- Нсправете анализа на одговорности преку описот на работните места.

- За оваа позиција можат да се одлучат оние луѓе кои внатрешно можат да ги извршуваат обврските на новото работно место. Овој процес е познат како «внатрешно унапредување».

Опис на работно место

Како што сугерира името, тоа е документ кој ги деталзира и појаснува суштинските аспекти на работното место (одговорности, меѓусебни односи, итн.). Поточно, документот обично ги опфаќа следните аспекти:

- Име на работното место.
- Потреба од обука.
- Мисија.
- Хиерархиска зависност и позиција во организациската шема.
- Меѓусекторски односи.
- Главни одговорности.
- Профил на компетенции (општи и специфични компетенции).
- Вид на вработување во компанијата.
- Опсег на плата.

Ова е она што би се нарекло проект за анализа и опис на работа во кој можат да учествуваат сите менаџери на компанијата, вклучително и вработени на истите позиции и со поголемо искуство.

И кои се целите на горенаведениот проект за анализа и опис на работното место?

- А. Да се синтетизираат и формализираат основните аспекти (клучни) на работните места, така што тие служат како референца за правилно функционирање на компанијата.
- Б. Да се постигне заедничка визија на организацијата.
- В. Да се вклучи персоналот во внатрешен и трансверзален процес.
- Г. Воспоставување на основа за иден развој на Евалуацијата на укинокот.

Фази на проектот за анализа и опис на работното место

Очекуваните резултати по овој процес се поголема агилност и контрола врз следните процеси:

- Регрутирање и избор на персонал.
- Подобрено функционирање.
- Избегнување на преклопувања или функционални празнини.
- Планирање на обука.
- Квалитетни процеси.

Со цел да се соберат потребните информации за развивање на Описите на работните места, се препорачува да се комбинираат различни методи за собирање информации, за да се интегрираат клучните информации за компанијата и работните места што ја сочинуваат.

- Прашалник: Ова ќе ги наведе различните вештини и нивната дефиниција, така што, во зависност од одделот и работното место, се избираат и приоритизираат низа од вештини.
- Индивидуални интервјуа: Од кои ќе ги извлечеме сите информации за позицијата обезбедени од примерок на луѓе кои моментално ја заземаат предметната работа.
- Фокус група: Создавање на групи за дискусија за презентирање и спротивставување на аспектите поврзани со организациската шема и хиерархиските единици или функции, како и за дискусија за клучните компетенции за организацијата (општи или корпоративни) и клучните компетенции на работата (специфични).

Фази на процесот на селекција

Откако ќе решите да започнете изборен процес, најдобро е да ги знаете фазите низ кои ќе треба да поминете. Се препорачува да ги следите овие фази како што е наведено подолу, и проследено со краток опис:



За оние што се поважни и што треба да се земат предвид, подолу ќе најдете опис што може да ви помогне во спроведувањето на процесот на селекција:

1. Анализа на потребите

Како што кажува името, главната цел е да се идентификува точно кои потреби се очекува да се задоволат преку ова вработување, како и вештините и карактеристиките што мора да ги исполнат за пополнување на слободното работно место.

Две алатки кои ни овозможуваат да го разјасниме овој процес се:

- Описот на работното место.
- Состанокот со супервизорот на вработениот кој е вклучен за да се одреди контекстот и барањата на работата што треба да се покрие. Овој дел не е неопходен доколку вие сте одговорни за таа област.

Бидејќи првиот дел е веќе опишан погоре, ќе го анализираме вториот дел. За ова, ќе треба да развиеме понуда која ги содржи најмалку долунаведеното:

- Назив на работното место и краток опис.
- Потребни вештини за пополнување на позицијата.
- Дневни задачи за извршување.
- Потребно техничко знаење.
- Потребни вештини за извршување и примена на отворената позиција.
- Професионални вештини.
- Алатки, машини или компјутерски апликации како плус за опишаната работа.

Во зависност од знаењето, вештините и искуството на секој кандидат подобро ќе го избереме отвореното работно место.

Во случај на компании во секторот HORECA, тоа ќе зависи од големината и вештините што се бараат од дојдовните профили. Во тој случај, ако бараме технички профил, ќе се фокусираме на оние вештини строго поврзани со техничката позиција што треба да се покрие. Доколку станува збор за пофлексибилен профил, ќе треба да анализираме други видови на компетенции (лидерство, ефективност, дружење итн.).

На крајот од овој дел, ќе предложиме различни методи за отфрлање и избирање кандидати.

2. Регрутирање

Во оваа фаза мора да добиеме кандидати за позицијата што сакаме да ја покриеме на најефикасен можен начин. Регрутирањето е збир на акции и процедури кои имаат за цел да ги привлечат вистинските кандидати да го заземат работното место во организацијата.

Главна, постојат два вида на регрутирање, внатрешно и надворешно.

- Внатрешното регрутирање е она што ќе обезбеди кандидати кои веќе работат во вашата организација, односно меѓу вработени кои сакаат да заземат различна позиција од онаа што моментално ја извршуваат во вашата компанија.
- Надворешното регрутирање е она што ќе ви овозможи да најдете кандидат преку различните извори на регрутирање кои постојат надвор од вашата компанија.

За да се биде ефикасен во надворешното регрутирање, од суштинско значење е да се знаат различните извори на надворешно регрутирање. Неговата цел е да ни обезбеди соодветен број на кандидати кои ги исполнуваат компетенциите потребни за понудената позиција.

Во зависност од профилот на работното место што треба да се пополни, ќе се избираат изворите на надворешни кандидати. Најважните се детално опишани подолу:

- Препорачани кандидати преку вашата мрежа.
- Огласи во канцеларии и агенции за невработени.
- Огласи во центри за стручна обука и универзитети.
- Консултантски фирми специјализирани за личен избор.
- Агенции за привремени вработувања.

Извори на регрутирање 2.0:

- Портали за работа
- Професионални социјални мрежи (LinkedIn).

Подолу имате листа на можни предности и недостатоци:

Предности

- Поекономични од традиционалните процеси.
- Пристап до повеќе кандидати и висококвалификувани.
- Брз пристап до информациите за кандидатите.
- Реакциите на кандидатите се гледаат во реално време.
- Анализа на забележаните движења на конкурентите за работна позиција.
- Добивате врска помеѓу организацијата и кандидатот.
- Го подобрува брендирањето на работодавачот, покажувајќи модерна и ажурирана компанија.
- Поголема распространетост на понудата за работа и неповрзани мрежни кандидати.

Недостатоци

- Инвестирано време за изградба на мрежата и дефинирање на стратегијата.
- Важноста на добивање корпоративен профил кои не зависи премногу од личноста која управува со него, туку од вредностите на корпорацијата во целина.
- Инвестирано време за проверка на референци на кандидати кои се пронајдени во мрежата.
- Отворена изложеност на критики.
- Можна слаба употреба од страна на кандидатите на социјалните мрежи.
- Отстапувате од првичната точка.

Постојат и други начини за класификација на стратегиите за регрутирање. Оваа класификација ги зема предвид облиците на објавување на кандидатурите. Во таа смисла, некои од начините за добивање кандидати може да се поделат на:

- Формални канали: Локални агенции за развој, стучни училишта, центри за обука, универзитети или бизнис школи, соопштенија во медиуми, само-кандидатури, преку корпоративната веб-страница.
- Неформални канали: Познаници, роднини на работници, препораки итн.
- Специјализирани канали: Консултантски услуги.

Треба да имаме на ум дека она што ни е важно е ефективност на регрутирањето, а тоа ќе варира во зависност од понудената позиција, како и од нашата компанија и бренд.

3. Претселекција

Откако ќе имаме кандидати за нашата понуда, следниот чекор е да ги идентификуваме оние кои најдобро одговараат на нашите потреби.

Читањето на добиените биографи е првиот пристап кон кандидатот, бидејќи ни дава многу информации за личноста, за сè во однос на претходното работно искуство, обуката итн. Главната цел е да ги избереме оние кандидати чија биографија повеќе одговара на нашиот идеален профил.

Затоа, проверката на биографиите ни овозможува да го насочиме секој процес на селекција бидејќи тоа е првиот филтер, пред телефонското интервју.

Во овој предизбор по биографијата тргнуваме од дадено:

Секој кандидат кој не ги исполнува условите на позицијата ќе биде отфрлен од процесот, освен ако фазата на регрутирање не ги даде посакуваните ефекти.

За да направиме добар предизбор, треба да земеме предвид одредени аспекти и критериуми на наставната програма како што се:

Облик

- Ако CV-то има мотивационо писмо: дали е персонализирано или стандардно.
- Фонт, дизајн, итн.
- Дизајн: посебни делови за олеснување на читањето.

Кога ќе започнете со читањето

- Правилна организација и дистрибуција на различните делови.
- Истакнати се оние аспекти кои се важни за позицијата.
- Логика во претставувањето на неговата/нејзината професионална кариера.
- Кохерентност, корекции и правописни грешки.

Содржина

- Лични податоци (име, адреса, телефон, е-пошта...).
- Професионален дел: основна, академска, дополнителна обука.
- Професионално искуство: влез и излез во фирми и сектори, позиции, обврски на секоја позиција и види дали се зголемени со тек на време, промени во работата.
- Јазици, компјутерски вештини, достапност, промена на живеалиште, интереси.

Фотографија

Има многу дебати за соодветноста на фотографијата во биографијата и во процесот на селекција бидејќи може да предизвика дискриминација, оставајќи ги настрана другите поважни аспекти. Затоа, се препорачува да се фокусирате на содржината на CV-то наместо на постоењето или не на фотографијата.

MARIUS DU RAND

ID Number: 6712295074088 | **Mobile No:** 072 910 4171
Email: mariusdurand00@gmail.com | **Languages:** English & Afrikaans
Physical Address: 153 Selsborne Ave., Lilliesburg, KwaZulu Natal
Drivers Licence & Own Transport: Code 08 | **Willing to Relocate:** Yes

TIMELINE

ROYAL MNAADI
 Project Manager
 June 2011 to Nov 2013

- Overall Control of Events Department
- Oversee & Manage Functions
- Functions Varying from 100 to 3000 Delegates
- Food Costing / Function Quotes / Menu Cuisines
- Assisting Managers With Functions
- Client Liaison
- Delegate Kitchen Tasks Simultaneously
- Stock Control
- Maintaining Impeccable Hygiene & Safety Standards
- Implementing High Working Standards
- Ensuring Quality Culinary Dishes are Served on Schedule
- Modify & Create New Menus as Needed

VALLEY LODGE & SPA HOTEL
 Food & Beverage Deputy GM
 January 2008 to June 2011

- Four Star Rating
- Overall Control of Staff in a 100 Bedroom Hotel
- Oversee Estate Hotel
- Oversee Hotel / Conference Venues / Functions
- Oversee Banqueting Department
- Weekly / Monthly Cost of Sales / OE Reports / Main Accounts
- Client Liaison
- Assisting Managers & Staff on all Levels
- Stock Control of all Food & Beverage Outlets / Main Wine Cellar
- Management of Each Assigned Department
- Monthly Expenses as per Budget
- Ensuring that Staff Maintain an Effective System in Line with Company Policies & Procedures
- Statistics on Individual Persons & on Departments: Weekly, Monthly & One-On-One Meetings with Staff
- Front of House / House Keeping / Reservations
- Management of Staff Members
- Running of Outlets in the Spa (3 star rating)

MAIN ACHIEVEMENT
 Hosted Team PORTUGAL for the World Cup 2010

REASON FOR LEAVING
 Career progression

MWAZI SUPPORT SERVICES
 Operations Manager
 June 2005 to December 2008

MAIN ACHIEVEMENT
 Winner of Pillbury Chef Competition (Team of 3)

REASON FOR LEAVING
 Hosted Nelson Mandela Children Fund for 2 consecutive years

REASON FOR LEAVING
 Career progression

HOLIDAY INN PRETORIA
 Food & Beverage Manager
 March 2004 to June 2005

- Oversee all Operations in the Food & Beverage Department
- Control of Food & Beverage Expenses
- Monthly Balance Sheet Review Meetings with GM & Department Managers
- Management of Each Department Responsible for Year to Year & Month on Month Expenses
- Finance & Conference Coordinating from 150 to 600 Delegates
- Overall Control of 80 Staff Members
- Dealing with Client & Staff Problems & Customer Complaints
- Hosting Springboks Rugby Team as well as International Teams on a Weekly Basis

REASON FOR LEAVING
 Career progression

- MORE WORK EXPERIENCE CAN BE SUPPLIED ON REQUEST -

PATRIZIO SACCHETTO

Executive Chef

WORK HISTORY

Oct 2013 - Feb 2015
Executive Chef
 Regal Hotels International 5*
 Overseas 5 Hotels, Engineering menu and cost, Wine List, Training F.O.B of the House, auditing, performance and consistency and standards.

Sep 2012 - Sep 2013
Consultant chef
 Michael Zhang Restaurant Group
 Open new Restaurant, Train F.O.B of the House, Design the menu and food cost, Design the kitchen.

May 2012 - Aug 2012
Consultant chef (Four Months as agree for Consulting)
 Sabatini Restaurant, Royal Garden 5* Hotel
 Engineering the whole menu, searching for top ingredients, training the whole staff, teaching new techniques, work with the team closely for four months.

EDUCATION

Jun 1973 - Bachelor Degree
 Jul 1976 - E. MAGGIA CULINARY SCHOOL
 Culinary arts

ACHIEVEMENTS AND SPECIAL HIGH PROFILE EVENTS

Recognition for contributions in four published cookbooks and achievement in national media publication including: Bon Appetit, Esquire, Sunset, The New Yorker, Gourmet Magazine, selected by En Route Magazine as one of the top chefs in Country, selected by American Express for commercial.

PREVIOUS EXPERIENCE

- Executive Chef at Spasso Restaurant, Hong Kong
- Executive Chef at Ciacetta Restaurant, Hong Kong
- Executive Chef & B at Woodfin Hotel, San Diego, CA
- Executive chef & B at DeLaware North Company Inc, San Diego, CA
- Chef De Cuisine at Bally's & Paris Hotel, Al Dante Restaurant, Las Vegas
- F&B Director and Executive Chef- Umberto Corp, San Francisco, CA
- Executive Chef at Donatello Hotel 5* Boutique hotel, San Francisco
- Executive Chef at The Blue Fox Restaurant, San Francisco, CA
- Chef Instructor at Culinary academy, San Francisco, CA
- Sous Chef at Rex II Restaurant, Los Angeles, CA
- Under the Direction of Chef Guastiero Marchesi (Three star Michelin)

4. Лично интервју

Интервјуто може да има различни цели, но главната е: да го информирате кандидатот за компанијата и позицијата, да ги дознаете личните и професионалните карактеристики на кандидатот и нивната мотивација кон позицијата, како и да го пренесе имиџот на компанијата.

За време на личното интервју треба да добиете што е можно повеќе информации за кандидатот за да дознаете дали е соодветен за работното место кое го имате. Исто така, од суштинско значење е да не се фокусирате само на вашето знаење, туку да ја запознаете личноста и да видите дали може да се вклопи во културата и активността на нашата компанија.

Структурата на основното интервју обично е структурирана на следниов начин:

- Поздрав / Добредојдовте. Обично тоа е првиот личен контакт помеѓу кандидатот и интервјуерот.
- Почетен разговор. Краток воведен разговор кој служи за создавање опуштена атмосфера помеѓу вас и кандидатот.
- Вовед. Започнува со темата, претставување на позицијата или компанијата со цел да се фокусира разговорот.
- Прашања на интервјуерот / Одговори на кандидатите. Прашањата обично се однесуваат на општи теми на почетокот, навлегувајќи подлабоко во деталите и поспецифичните аспекти како што напредува интервјуто.
- Затворање на интервјуто. Обично е интересно да прегледате некои од точките или темите што сте ги зборувале, за да бидете сигурни дека сте го разбрале кандидатот и дека не

оставате ништо не докажано. Препорачливо е да се информира кандидатот за следните фази од процесот, доколку има повеќе интервјуа, очекувано време на инкорпорирање на кандидатот и затворање на процесот, како и да му се дозволи да поставува прашања за какви било сомнежи кои може да ги има.

Препорачливо е да се информира кандидатот за следните фази од процесот, доколку има повеќе интервјуа, очекуваниот рок за инкорпорирање на кандидатот и затворање на процесот, како и да му се дозволи да поставува прашања за какви било сомнежи кои можеби се појавиле.

Во секој случај, некои практични општи аспекти кои можете да ги земете во предвид при спроведување на интервјуто:

1. Одржувајте контакт со очите со интервјуираниот.
2. Посветете внимание; обидете се да избегнете неочекувани прекини како што се мобилен телефон, пошта итн.
3. Бидете свесни за држењето на телото и гласот.
4. Бидете свесни за начинот на кој ги формулирате вашите прашања. Избегнувајте ги оние прашања што го покажуваат вашето мислење за одредено прашање.

Во моментот, најкористеното интервју е интервју за критични ситуации. Ова интервју ни овозможува да го знаеме профилот на кандидатот и да провериме дали би се вклопил во компанијата поставувајќи прашања за неговото/нејзиното однесување прикажано во минати ситуации.

Важно е да се нагласи дека за успешно спроведување на овој тип на интервју, секоја од надлежностите што се бара од работното место што треба да се пополни мора да се дефинира.

Досега споменавме два вида интервјуа:

- Интервју за критични ситуации.
- Интервју по компетенции.

Интервју за критични ситуации

Интервјуто за критични ситуации се карактеризира со следниве аспекти:

- Вообичаено, од кандидатот ќе побараме значајна неодамнешна ситуација за него/неа или настан на неговото/нејзиното претходно работно место.
- Бараме кандидатот да претстави конкретна ситуација што ја доживеал (ја раскажува како филм) каде ни кажува што се случило, што направил и како го решил тој проблем или ситуација.
- Овозможува согледување на кои елементи кандидатот им придава значење, како и неговиот/нејзиниот начин на донесување одлуки и расудување во стресни ситуации.

Интервју по компетенции

Важно е да се знаат компетенциите на кандидатот. Информациите ставени во биографијата се многу статични и не ни дозволуваат целосно да ги разбереме одговорностите, конкретните активности и можности што може да ги има во рамките на компанијата.

Некои од компетенциите што може да се проценат со неколку едноставни прашања се следните:

- Ориентација на клиентите.
- Капацитет за учење.
- Продуктивност.
- Прилагодливост – флексибилност.
- Liderство.
- Убедување и влијание.
- Тимска работа.
- Толеранција на притисок.
- Емоционална стабилност.
- Решавање на проблеми.
- Слика за себе.
- Адаптација лично-канцеларија-фирма.
- Очекувања од професионален развој.
- Мотивација во врска со новата позиција.

Интервјуто за компетенции е корисно за она што е познато како структурна стратегија за истражување и се обидува да ги пронајде индикациите дека интервјуираниот има низа компетенции, истражувајќи дали тие биле претходно ставени во пракса.

Прашањата поставени во интервју за однесување или компетенции ги наведуваат кандидатите да зборуваат за нивните претходни професионални искуства, што всушност кажале или направиле, бидејќи од кандидатот се бара да опише работи како што се „искуство што го имале“, Прилики кога ... „и“ примери за...“. Ваквите прашања го обесхрабруваат кандидатот да дава теоретски одговори.

Совети: Важно е само што кандидатот веќе направил во некоја конкретна ситуација од неговото/нејзиното блиско минато. Не се бараат генерализации, ниту она што кандидатот „мисли дека би направил ако...“. Прашањата за конкретни однесувања не го водат кандидатот до точниот одговор, бидејќи нема точен одговор.

Овие типови интервјуа се засноваат на СЗАР моделот (STAR – Situation, Task, Action, Result):

- Вистинска Ситуација дека интервјуираниот ја имал во своето блиско минато.
- Која беше Задачата што интервјуираниот требал да ја изврши во таа ситуација, односно која била неговата улога.
- Која беше Акција или конкретно дејство, односно што точно направил?
- Кој беше Резултат на оваа акција?

Ако соговорникот дава многу општи одговори на отворено прашање или има тенденција да се изгуби опишувајќи нерелевантни аспекти, можеме да ги користиме овие типови прашања за да добиеме појаснувања:

- Што те натера да дојдеш во таа ситуација?
- Кој интервенираше?

- Која беше твојата улога?
- Што направи тогаш?
- Каков резултат имаше?
- Можеш ли да ми опишеш подетално?

ВНАТРЕШНА КОМУНИКАЦИЈА И РАБОТНА КЛИМА

Внатрешната комуникација е клучен елемент во секоја организација која нуди добра услуга и на надворешните и на внатрешните клиенти (вработени и соработници). Во оваа смисла, и тотално теоретски, можеме да правиме разлика помеѓу секојдневна комуникација (оперативна) и стратешка комуникација (средно долг рок).

Првиот е поврзан со дневната активност на компанијата која генерално се извршува преку:

- Е-пошта.
- Телефон.
- Лице в лице.

Вториот се однесува на сите различни аспекти поврзани со иста организација (структура, функционирање, итн.).

За да се анализираат овие аспекти, користени методи се:

- Работна сесија за континуирано подобрување.
- Месечни состаноци.
- Годишни состаноци.
- Истражување за работната средина.

Во овој дел, ќе се фокусираме на работната средина која ги има следните цели:

- Да се знае перцепцијата и мислењето на вработените во однос на различните тематски прашања (генерално главните прашања се за комуникација, тимска работа, транспарентност на хиерархиската структура, задоволство, плата итн.)
- Да ги направи вработените активни учесници со цел да се чувствуваат мотивирани и нивните мислења високо ценети.
- Добијте вредни информации за состојбата на компанијата во нејзиното секојдневно функционирање.
- Развијте линии на дејствување насочени кон оптимизирање на секојдневната работа со тоа што ќе ја направат поефикасна.

Како формална дефиниција, организациската клима може да се дефинира како збир на перцепции што луѓето од организацијата ги имаат за неа.

Колку е подобра работната атмосфера на една организација, толку луѓето ќе бидат позадоволни и помотивирани и, според тоа, нивниот степен на вклученост во организацијата ќе биде поголем, што ќе има влијание врз подобрување на нивната работа и поголемо задоволство на клиентите.

Кои елементи промовираат добра клима во компанијата?

Некои аспекти што компаниите треба да ги земат предвид при промовирање на Позитивна организациска клима се:

- Природата на самата работа: разновидност, автономија, возбудлив проект, личен и професионален развој.
- Работно време: флексибилност, број на часови, смени.
- Работната група: кохезија, работна средина, односи.
- Признание: разбирање, учество во одлучување, награди.
- Вид на организација: престиж, слава, големина, иднина, учество во проекти.
- Стимулации: плата, награди, статус.

Позитивната организациска клима е важна поради различни причини:

- Задоволство од работата. Несомнено е дека позитивниот одговор на работното место е поврзан со добри резултати во работната атмосфера на една компанија.
- Докажано е дека ако луѓето се незадоволни, организациите не можат да се стремат кон конкурентни нивоа на квалитет во услугите на клиентите, продуктивноста и квалитетот на производот. Мотивираниот и посветен персонал е одлучувачки фактор за успехот на организациите.

Анализа на работната клима

Анализата на работната клима ни помага да ги анализираме овие аспекти и да ги подобриме. Но, за да постигнеме добра работна клима, на што треба да се фокусираме? Подолу, има серија прашања кои ќе ни помогнат:

- Дали истражувавме и идентификувавме кои се значајните аспекти и нивната релативна важност за да го постигнеме задоволството на нашиот персонал?
- Дали периодично прашуваме за задоволството на нашиот персонал преку анкети, структурирани интервјуа или фокус групи?
- Дали идентификувавме внатрешни индикатори за успешност кои ни даваат информации што го надополнуваат претходниот?
- Дали ги анализираме резултатите и индикаторите за успешност, поставуваме цели и планови за подобрување и се споредуваме надворешно?
- Дали ги соопштуваме резултатите до нашиот персонал?

За ова, неопходно е да се поседуваат мерни и дијагностички инструменти кои овозможуваат анализа и разбирање на работната средина со цел да им се помогне на организациите да го подобрат управувањето.

Анкета за мислење меѓу вработените е најефективната алатка за мерење, контрола и постигнување подобрувања на нивото на задоволство на вработените. Тоа е главниот механизам преку кој гласот на вработениот се слуша и е слушнат од врвот на организацијата.

Покрај резултатите добиени преку истражувањето, постојат и други показатели, забележливи и квантитативни, кои може да се користат за да се идентификува незадоволството од работата на работниците. Примери за овие индикатори се:

- Обрт на вработени: Процент на заминувања од компанијата во однос на вкупната бројка вработени.
- Отсуство и болест: Просечни денови на отсуства годишно по лице.
- Точност: Просечно време на доцнење по лице.
- Работен конфликт: Изгубени денови годишно поради штрајкови, прекини, собири итн.

ЕВАЛУАЦИЈА И ПОДОБРУВАЊЕ НА ПЕРФОРМАНСИТЕ

Што е проценка или повратна информација од 360 степени и нејзино спроведување?

Проценката од 360 степени е збир на повратни информации за личните компетенции што вработениот ги добива од соработниците, што служи како поддршка за да се идентификуваат главните силни страни и области на можности за подобрување. Причината зошто се нарекува 360 е затоа што ја вклучува самоевалуацијата на оценуваното лице, како и оценките на неговите соработници, вклучувајќи го Директниот менаџер, соработниците и внатрешните или надворешните клиенти.

За разлика од годишните прегледи на перформанси кои ги оценуваат вработените за исполнување на мерливи цели и резултати, евалуацијата од 360 степени се фокусира на професионалните и личните компетенции кои се клучни за овие одговорности.

Овие квалитети се познати како компетенции а некои од главните се:

- Лидерство. Делегирање, Одговорност за акции, мотивација, одлучување, преземање ризик, пристапност.
- Емоционална интелигенција. Емпатија, стабилност, безбедност.
- Лични вредности. Почит, етика, физичка презентација.
- Тимска работа. Учество, повратни информации, прифаќање на разликите, преговарање.
- Комуникација. Усна презентација, Разбирање на идеи, Способност за слушање.
- Креативност. Решавање проблеми, иновации.
- Организација. Водење белешки, исполнување на обврските.
- Организационски вредности. Усогласување со визијата и мисијата, лојалност кон компанијата.

Евалуацијата 360 не е дизајнирана да го оцени постигнувањето на целите и резултатите на соработникот. Не е соодветна за директно подредените, клиенти или соработници да ги оценуваат нашите резултати, што е улога на директно претпоставениот. Сепак, тие можат да ги оценат перформансите во однос на нивните технички и професионални вештини.

Компетенциите што беа прикажани во претходната точка се конкретно насочени кон личните компетенции, но други видови компетенции порелевантни за перформансите на вработениот може добро да се раководат, како на пример:

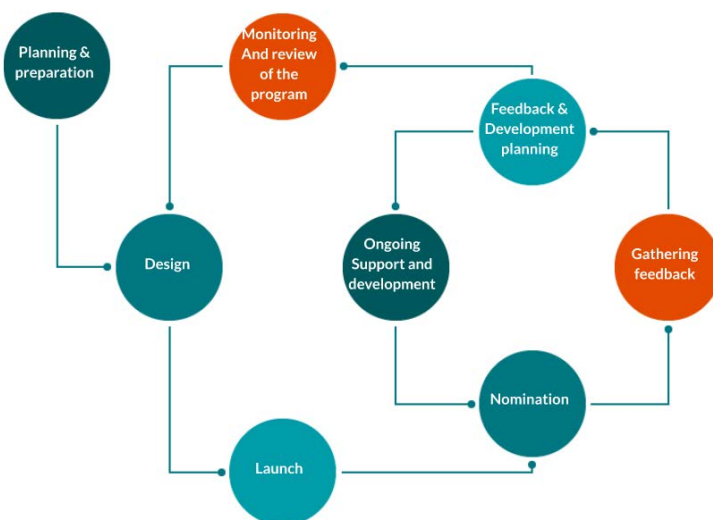
- Техничко знаење. Домен на познавања од различни платформи, сметководство и финансиски знаења, меѓу другото.
- Домен на производот или услугата. Поврзано со знаењето на вработениот за производот или услугата што ја нуди компанијата.
- Поддршка за корисници. За соработници кои директно се занимаваат со надворешни клиенти.
- Продажни вештини. За соработници кои директно се занимаваат со потенцијални клиенти.

Со други зборови, евалуацијата од 360 степени може да биде клучен поттик за зголемување на перформансите и продуктивноста на сите вработени.

Веќе видовме колку е важно да се обезбеди континуитет меѓу соработниците и да се заврши кругот на повратни информации. Последниот дел што треба да се земе предвид е да се доведе овој континуитет во полн круг и повторно да се заврши целиот процес.

Ова помага во мерењето на напредокот на вработените и ефектот на курсевите за нивна обука. Сега, процесот и времето што му е потребно на еден соработник да може да ги идентификува своите области на можности и подоцна да работи на обука и да покаже подобрување на своите соработници, бара време и не треба да се брза. Наша препорака е првично, кога за прв пат се применува 360 степени проценка, да даде рок од една година за повторно да се спроведе. Како што вработените ќе се навикнат на процесот и ќе бидат сведоци на неговите придобивки, може да се изберат пократки периоди на евалуација, по можност полугодишно.

Може да има исклучоци, на пример, кога проценката 360 проценува само 1 или 2 компетенции, кои се од витално значење за бизнисот, проценките може да се спроведуваат на два месеца.



Евалуации на менаџментот

Менаџерите обично се одговорни за насочување на активностите на нивните директно подредени. Како таква, работата на еден вработен може да се поврзе со вештините за супервизија на нивните менаџери. Нов систем за управување со перформансите им овозможува на вработените можност да ги оценат своите менаџери во клучните области. Ова е корисна алатка за раководителите и лидерите

на одделите, како и за повисоките вработени во компанијата кои ги надгледуваат и насочуваат средните менаџери.

Елиминирање на мерења

Историски гледано, обрасците за евалуација на вработените и софтверските програми функционираше по пат на систем на бодови, оценувајќи ја работата на вработените во клучните области на скала од 1 до 5. Истражувањата покажуваат дека ова не е ефективна форма на мерење, особено во средини во кои квалитетот на работата е субјективен. **Најнови трендови во управувањето со перформансите** вклучуваат оценување на ангажираноста, придонесите, иницијативите за решавање проблеми и тимска работа кои придонесуваат за здравјето на компанијата.

Отстранување на врската со плата

Традиционално, оценките на успешноста се поврзани со зголемувањето на платите. Со подобрување на одредено ниво, добивате одреден процент на зголемување на платата. Слично како метриката за евалуација што се развива, многу компании го менуваат или елиминираат овој процес како дел од нов систем за управување со перформансите. Наместо тоа, тие даваат зголемувања на трошоците за живот, ја засноваат платата на придонеси и доделуваат бонуси и опции за споделување на профитот за да ги наградат оние со подобри перформанси.

Иако не постои совршен систем за униформирано управување со перформансите на вработените, сè повеќе работодавци се оддалечуваат од постоечките практики на старата школа во корист на попрогресивни процеси.

Процесот на нарачка

Нарачката или командата има одреден пат во установите на HORECA. Точниот редослед ќе зависи од видот и големината на бизнисот, но патот е во основа ист.

Откако одговорното лице ќе заврши со преземањето на нарачката, мора веднаш да му даде примерок на одговорното лице за исполнување на нарачката. Ова, пак, мора да ги делегира одговорностите што одговараат на секоја услуга: пијалоци, од една страна, подготовка на храна од друга страна. Има и десерти и кафе, кои некогаш имаат свои менаџери.

Во рамките на кујната исто така има одреден редослед. Откако ќе пристигне нарачката, секој ја презема задачата што му одговара. Главниот готвач мора да потврди не само дека сè е направено совршено, туку и дека сите јадења на масата излегуваат во исто време. Овој процес бара одлична координација и обука, но од суштинско значење е да се гарантира задоволително искуство за клиентот.

Друг примерок од нарачката мора да оди кај лицето задолжено за наплата, кое штом ќе заврши потрошувачката ја затвора сметката и ја прави соодветната фактура. Кога ќе заврши услугата, се чуваат копии од налозите за сметководство, но и за да се направи општа евалуација на работењето на бизнисот.

Од друга страна, технологијата е многу вреден соучесник на HORECA бизнисите и игра фундаментална улога во овие времиња. Тоа овозможува услугите за клиентите да останат беспрекорни, дури и со строги безбедносни протоколи.

За време на COVID-19, потребата за социјално дистанцирање и минимизирање на контактите меѓу луѓето влијаеше на сите области на бизнисот. А, поточно, преземањето нарачки е особено чувствителна област која се одржува во оптимални услови со технолошки ресурси. Покрај промовирањето на превенцијата од Коронавирус, тие ги рационализираат HORECA бизнисите и го оптимизираат целиот процес.

Многу компании инвестираа во системи за нарачка со екран на допир. Клиентот седи на маса и има таблет на кој е прикажана апликација. Со него гостинот го спроведува целиот процес на нарачка на она што сака да го конзумира. Во овој таблет можете да го видите менито, со фотографии, цени, описи и сите детали. И, исто така, на тој уред ја регистрирате вашата нарачка. Нарачката се пренесува во кујната и, кога порцијата е подготвена, ќе стигне до ресторанот според системот воспоставен во бизнисот.

Кај некои клиенти порцијата со храна пристигнува преку келнери на масата. Во други, клиентот го зема од барот со претходна најава. Технолошки најразвиените ресторани имаат инсталирано подвижни ленти или имаат келнери-роботи.

Постојат неколку апликации кои ви овозможуваат дигитализирање на системот за нарачка. Во исто време, менито, па дури и платежниот систем се дигитализирани. Кога клиентот заминува, уредот се дезинфицира и повторно е достапен.

Методи за евалуација на процесот

- Тековни наспроти годишни евалуации на перформансите: Еден од последните трендови во управувањето со перформансите е тоа што менаџерите им обезбедуваат на вработените редовни, постојани повратни информации за перформансите наместо да спроведуваат годишни или полугодишни прегледи. Користејќи протоколи, како што се редовни чекирања и кратки состаноци 1:1, менаџерите можат да разговараат за проблемите со перформансите во моментот и да ги пренасочат однесувањата пред да се вкоренети непожелните проблеми со перформансите кои тешко се менуваат. Сè уште може да се спроведат формални проценки за анализа на големата слика и поставување цели.
- Самоевалуации: Иако управување со перформансите на вработените претходно вклучуваше компонента за самоевалуација, најновите трендови во оценувањето на перформансите вклучуваат проширена верзија на оваа практика. Вработените имаат можност да ги истакнат оние за кои веруваат дека се нивните најзначајни достигнувања, како и да ги наведат целите за професионален развој кон кои би сакале да се стремат во наредната година. Од вработените, исто така, може да биде побарано да ги споделат личните предизвици или потреби за подобрување. Со овој нов систем за управување со перформансите, менаџерите имаат можност да ги разгледаат мислењата пред евалуација.

Добри практики за проценки

Ефективните практики во голем број области можат да бидат особено моќни за да им овозможат на организациите да ги постигнат своите цели за задржување и да ги оценуваат вработените со истите правила. Овие области вклучуваат:

- Регрутирање. Практиките за регрутирање можат да влијаат на промената на вработени, а значителни истражувања покажуваат дека презентирањето на вистинската слика на работата за време на процесот на регрутирање има позитивен ефект врз задржувањето на новите вработени.
- Социјализација. Обртот на на вработени често е висок кај ново-вработените. Практиките на социјализација – преку стратешка програма за вклучување и асимилација – може да им помогнат на новите вработени да се пронајдат во компанијата и на тој начин поголема е веројатноста да останат. Овие практики вклучуваат споделени и индивидуализирани искуства за учење, формални и неформални активности кои им помагаат на луѓето да се запознаат меѓусебно и назначување на поискусни вработени како модели за нови вработени.
- Обука и развој. Ако на вработените не им се даваат можности постојано да ги подобруваат своите вештини, тие имаат поголема склоност да заминат.
- Бонуси и награди. Нивоата на платите и задоволството се само скромни предвидувачи за одлуката на вработениот да ја напушти организацијата; сепак, една компанија има три можни стратегии:
 1. Бидете лидери на пазарот во однос на компензација и награди.
 2. Прилагодете ги наградите на индивидуалните потреби во структурата на платите.
 3. Експлицитно поврзете ги наградите со задржувањето (на пр., врзете ги часовите за одмор со стажот, нудете бонуси за задржување или опции за акции на долгорочни вработени или поврзете ги исплатите на планот за дефинирани бенефиции со годините на стаж).
- Надзор. Неколку студии сугерираат дека правичниот третман од страна на супервизорот е најважната детерминанта за задржување. Ова би ја навело компанијата да се фокусира на развој на надзор и управување и градење комуникациски вештини.
- Ангажираност на вработените. Ангажираните вработени се задоволни од својата работа, уживаат во работата и организацијата, веруваат дека нивната работа е важна, се гордеат со нивната компанија и веруваат дека нивниот работодавец ги цени нивните придонеси. Една студија покажа дека високо ангажираните вработени имаат пет пати помала веројатност да се откажат, во однос на вработените кои не се чувствувале ангажирани.
- Задоволство на вработените покажува само колку се среќни или задоволни вработените. Општо земено, тоа не се однесува на нивното ниво на мотивација, вклученост или посветеност на нивниот работодавец и/или улога во претпријатието. Сите овие работи се важни за компаниите кои сакаат да ги одржуваат своите вработени среќни и да ја намалат промената на вработените, но задоволството на вработените е само дел од целокупното решение. Всушност, за некои организации, задоволните вработени се луѓе без кои организацијата би можела да биде подобра. Задоволството не значи високи перформанси или ангажираност. Идеите и стратегиите за човечки ресурси фокусирани на тоа како да се подобри задоволството на вработените честопати имаат резултати кои ги деморализираат добрите работници.
- Лојалност на вработените Лојалноста е основа за реципроцитет. Вработените треба да имаат чувство дека организацијата им го сака најдоброто и како резултат на тоа ќе продолжат да даваат се од себе и да не бараат друга работа. Оттука, лојалноста на вработените е пред сè одредена од тоа како организацијата ги уредила работите и начинот на кој тоа му се пренесува на вработениот. Лојалноста има тенденција да ги охрабрува вработените да дадат се од себе и да работат според нивните високи стандарди. Ако организацијата има лојални вработени,

тогаш ќе има вработени кои работат продуктивно и ефикасно. Ова може да ги зголеми севкупните перформанси на бизнисот, што пак може да ја зголеми продажбата и профитот. Ова секогаш ќе биде добра вест за бизнисот. Лојален вработен (или уште подобро, тим од лојални вработени) ќе и помогне на компанијата да ги постигне своите цели.

Лојалноста на вработените ги намалува стапките на обрт што ги доживува компанијата. Регрутирањето на нов член на тимот никогаш не е лесно и може да создаде дополнителни трошоци за бизнисот како целина. Лојалните вработени, исто така, веројатно ќе сакаат да ја подобрат компанијата како целина. Тие ќе изнесуваат идеи, ќе работат на подобра продажба и генерално ќе се трудат максимално да се осигураат дека компанијата во која се чувствуваат толку поврзани ќе успее.

- Посветеност на вработените Посветеноста на вработените е дефинирана како став на лојалност и наклонетост кон работодавачот на организацијата, споделување на неговите пошироки вредности и гледање себеси како дел од мисијата, визијата и целите на организацијата.

Учество и вклученост

Кога зборуваме за учество и вклученост, мислиме на компанијата да поттикнува приврзаност кај своите работници. Неформална ситуација како пример за вклученост во компанијата може да биде тоа дека 10 минути да се биде надвор од работното време не создава конфликт или непријатност кај работниците или дека, и покрај обемот на работа, се прават обиди да се постигнат одлични резултати.

Разлика помеѓу вклученоста и учеството

Во управувањето со човечки ресурси, значењето на овие два поима е сосема различно, иако во општиот речник има исто значење. Во управувањето со човечки ресурси, вклучување на вработените може да се дефинира на начинот на кој вработените се вклучени за својот интерес. Тоа е индивидуално базирано и е директно.

Менаџментот презема иницијатива со поединечни вработени и е вклучен за да постигне одредена заедничка цел. Го следи заедничкиот интерес меѓу вработените и раководството. Главни цели се да се постигне зајакнување и посветеност на вработените. Не постои зацртано и успешно правило за зголемување на вклученоста.

Од друга страна, во управувањето со човечки ресурси, учество на вработените се разликува од вклученоста и тоа е колективен процес. Во ова, вработениот се обидува да им се придружи на другите во сите активности кои се важни во компанијата. Тоа вклучува учество во нешто, повеќе или помалку, и има поддршка од некоја легислатива и/или законодавство во кое работничките права се важни за учество.

Ова учество и вклученост може да се постигне на многу начини, но особено со некои основни политики за човечки ресурси како:

- Систем на наградување кој изискува правичност и еднаквост на платите, за соработниците да увидат дека добиената плата е во согласност со задачите што ги извршуваат и со обврските.
- Планови за кариера и обука, да го задржи и развие талентот.
- Работно време кое овозможува рамнотежа помеѓу работата и личниот живот.

- Флексибилност на трудот, кога се бара дозвола да се излезе, надолнување часови итн.

Истовремено, организацијата може да промовира мерки од порекреативна или социјална природа, кои поттикнуваат тимски дух и промовираат чувство на припадност кон компанијата.

- Учество во настани за солидарност (солидарни трки, турнири и сл.) во кои, на пример, сите носат иста маица со логото на компанијата.
- Денови на отворено во кои се работи на културата и компаниските вредности (активности на отворено).
- Бизнес вечера / ручек со дел за „награди за најдобар работник / награди за најдобар сектор“.

Овие мерки, во секој случај, треба да бидат доброволни, а не задолжителни.

Некои други активности за зголемување на учеството на вработените може да бидат:

- Заеднички појадок со менаџерот или извршниот директор на компанијата да споделуваат време и да разговараат лице в лице за теми надвор од канцеларијата.
- Воспоставување простор за дијалог во компанијата, област каде што може да се разговара за внатрешни прашања.
- Спорт, истегнување, јога или други физички активности промовирано од компанијата.
- Закуски, овошје, кафе или други достапни во компанијата 24 часа.
- Тематски денови, во зависност од приликата (Божиќ, родендени, локални забави или други).
- Тим билдинг, и во рамките на компанијата и надвор од неа.
- Анонимно поштенско сандаче со предлози за подобрувања во компанијата.
- Внатрешни весници или публикации за да знаете за што се грижи секој од вработените.

Што да направите за да ги вклучите вработените?

Инволвираните работници се помотивирани и позадоволни од својата работа, што позитивно влијае на нивните перформанси и ја подобрува организациската ефикасност.

- Мотивирајте за да го вклучите целиот персонал во организацијата. Доколку членовите на организацијата се мотивирани и се чувствуваат уважени во извршувањето на нивните задачи, тие ќе се стремат да ги подобрат своите резултати и да се интегрираат во организацијата, се постигнува синергија на групата. Збирот на способности на секој поединец ја подобрува способноста за решавање на проблемите и добивање групни резултати.
- Фаворизирање на иницијатива и креативност ги подобрува целите на организацијата. На членовите на компанијата им е дозволено да преземат иницијатива во својата задача со соодветни канали за комуникација. Тие секогаш мора да бидат свесни за нивните ограничувања.
- Активно барајте можности за подобрување на нивните вештини, знаење и искуство и дозволете им да ги пренесат своите искуства на остатокот од организацијата. Делегирајте
- Дефинирајте ја одговорноста на луѓето во однос на сопствените резултати.

Членовите на организацијата дејствуваат сами за себе. Тие имаат обврска да ги задоволат потребите и очекувањата од нивната работа во еден процес. Мора да практикувате лидерство на вашето

работно место и да преземете сè што можете од ваша страна, за задачата да се изврши успешно и да се постигнат посакуваните резултати.

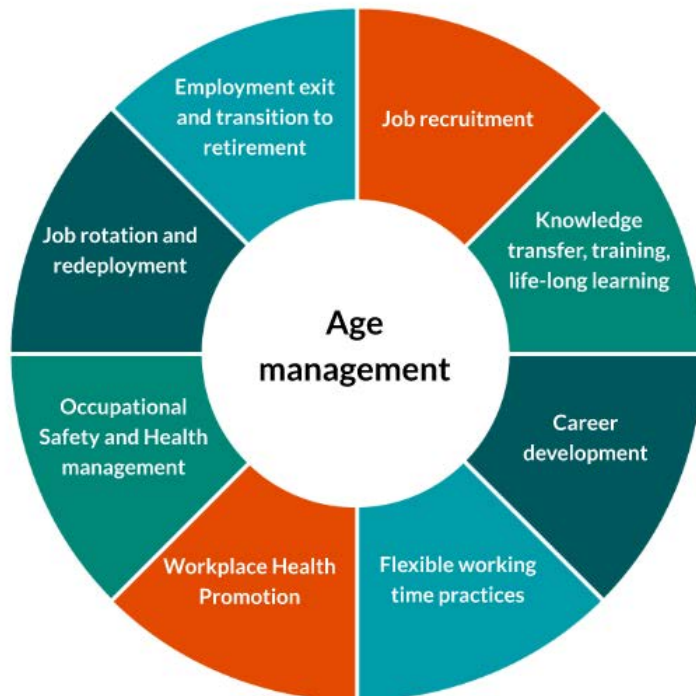
Кога работниот тим знае интересни и важни податоци за компанијата, тој придонесува за подобрување на резултатите на компанијата. Вклученоста во работата се состои од три димензии:

1. Психолошка идентификација со работата: Важноста што субјектот и ја припишува на работата и до кој степен тој/таа ја смета за централна во неговиот/нејзиниот живот.
2. Врска помеѓу перформансите и самодовербата: Степен до кој перформансите на работа влијаат на самодовербата на субјектот.
3. Чувство на должност и обврска кон работата: Губење на интерес за работа бидејќи тоа е уште една обврска за исполнување.

Задржување и управување со старосната граница во компанијата

Управувањето со растечката различност во денешното општество (возраст, пол, националност, искуство, мислење...) може да биде голема конкурентска предност за многу организации. Сите ние додаваме во равенката и нашата сила лежи во доброто користење на таквото богатство и различноста на искуства и фокус.

Што е управување со старосната граница? Управувањето со старосната граница е сеопфатно, меѓугенерациско и ориентирано на животниот тек.



Елементи на управување со старосната граница

- Вклучете ги претставниците на вработените и вработените, вклучително и младите вработени, за да се осигурате дека нивните потреби и перспективи се земени предвид;
- Осигурајте се дека вработените со полно работно време, со скратено работно време и флексибилни вработени се земаат предвид при проценката;
- Проценете ги работните задачи додека се извршуваат (не фокусирајте се само на звањата на работните места), за да добиете попрецизна перспектива за вистинското однесување и физичките и менталните оптоварувања што ги доживува вработениот; и
- Обезбедете мерки кои имаат влијание врз сите вработени, вклучувајќи ги и младите вработени.

ЕДНАКВОСТ, ВКЛУЧЕНОСТ И РАЗЛИЧНОСТ НА РАБОТНОТО МЕСТО

Меѓу важните принципи, цели и активности споменати во Договорот за функционирање на Европската унија (TFEU) е промовирање на високо ниво на вработеност преку изработка на координирана стратегија. Според хоризонталната клаузула во член 9 од TFEU, целта за високо ниво на вработеност мора да се земе предвид при дефинирањето и спроведувањето на политиките и активностите на ЕУ. Тоа мора да се направи со гаранција за соодветна социјална заштита, борба против социјалната исклученост и високо ниво на образование, обука и заштита на здравјето на луѓето.

Понатаму, членовите 8 и 10 од TFEU наведуваат дека при дефинирањето и спроведувањето на нејзините политики и активности, Унијата ќе има за цел да ги елиминира нееднаквостите и да ја промовира еднаквоста меѓу мажите и жените и ќе има за цел да се бори против дискриминацијата врз основа на пол, расно или етничко потекло, религија или верување, попреченост, возраст или сексуална ориентација.

Вреди да се споменат и суштинските содржини на Директива 2000/78 / ЕЗ за еднаков третман при вработување и професија.

- Член 13 од Директивата за расна еднаквост (2000/43 / ЕЗ), член 8а од Директивата 76/207 / ЕЕЗ за спроведување на принципот на еднаков третман на мажите и жените во однос на пристапот до вработување, стручно оспособување и унапредување, и работни услови.
- Член 12 од Директивата за родова еднаквост во однос на стоките и услугите (2004/113 / ЕЗ) и член 20 од Директивата за преобликување на родовата еднаквост (2006/54 / ЕЗ) во однос на еднакви можности и еднаков третман на мажите и жените во однос на вработување и занимање.

Како да се промовира различноста во регрутирањето, управувањето и распределбата на персоналот?

Управувањето со различноста вклучува препознавање, ефективно распоредување и усогласување на индивидуалните карактеристики на вработените. Успешното управување со различноста им помага на менаџерите да го максимизираат знаењето и талентот на вработените за подобро да ги постигнат организациските цели. Различноста може да произлезе од широк спектар на фактори, вклучувајќи пол, етничка припадност, личност, културни верувања, социјален и брачен статус, попреченост или сексуална ориентација.

Иако постојат многу видови на разновидност, таа би можела да се ограничи од практични причини само на личноста и улогите. Луѓето се различни и треба различно да се третираат, затоа за да се зголеми разноколитоста на компанијата потребно е да се земат предвид потребите на секоја група и соодветно да се воспостават политики на компанијата.

Управување со различностите

Концептот на различност започна во Северна Америка во средината на 1980-тите, а потоа се прошири и во другите делови на светот. Глобализацијата на светската економија и ширењето на мултинационалните корпорации донесоа нов пресврт во концептот, со тоа што управувањето со различностите не се однесува само на хетерогеноста на работната сила во една земја, туку на составот на работните сили помеѓу земјите.

Управувањето со различноста се однесува на организациски активности кои имаат за цел да промовираат поголемо вклучување на вработените од различно потекло во структурата на организацијата преку специфични политики и програми. Всушност, тоа е лидерски тим составен од различни поединци кои ја водат организација.

Менаџерите имаат најголем потенцијал за промовирање на различноста: всушност, 45% од вработените веруваат дека менаџерите – кои вработуваат и менторираат нови вработени – имаат најмногу моќ за зајакнување на различноста.

Покрај менаџерите, извршниот директор и одделот за човечки ресурси се дополнителни клучни играчи во нивната способност да влијаат на различноста во една компанија. За жал, приближно половина од сите менаџери тврдат дека се премногу зафатени за да трошат време и енергија на тие иницијативи. Затоа, управувањето со различностите бара посветена стратегија за да се осигура дека вашиот тим секогаш расте и ги подобрува своите напори за разноликост и вклучување.

Клучни елементи потребни за секоја стратегија за управување со различноста

1. Идентификувајте ресурси за програми за разноликост

Секоја компанија има ограничени ресурси дури и за нешто толку важно како разноколиста и вклученоста.

Задолжително е да се осигураме дека тимот – особено менаџерите – се вклучени и ги разбираат нивните улоги и одговорности во планот. Исто така, треба да се воспостават јасни политики за недискриминација, нулта толеранција на вознемирување и да се спроведуваат, за вашите вработени да се чувствуваат безбедно и удобно да зборуваат на работа.

2. Поставете цели и метрика за разноликост

Важно е да започнете со разгледување на тековните метрики, а потоа да поставите цели врз основа на областите во кои на тимот на компанијата му треба подобрување. Примери за метрика на различноста: застапеност низ компании, застапеност по оддел, број на апликанти, број на вработувања, ангажираност на вработени, јаз во платите...

3. Регрутирајте разнолики таленти

Започнете со прегледување на тековните маркетинг материјали за регрутирање и внимателно разгледајте и анализирајте кои кандидати се таргетирани со страницата за кариера на компанијата, таблите за работа, напорите за регрутирање на социјалните медиуми и другите платформи

за регрутирање со цел да се избегне секаков вид на пристрасност која може да не промовира различности.

4. Дајте приоритет на програмите за инклузија

Најдобар начин да се ангажира кој било тим е да се соберат на едно место и да поминат време на активности кои не мора да се поврзани со работата. Може да се земат предвид некои од овие тактики за ангажираност: да се организираат собири за градење тим во текот на работното време, да се истакнат индивидуалните разлики и единствените интереси, да се слават личните достигнувања.

Лесно е на луѓето работата да им е преку глава, но клучно е културата на компанијата, ангажираноста на вработените и задржувањето секогаш да бидат приоритетни за вработените.

5. Спроведување на обука за разноликост и чувствителност

Истражување на експерти за различности и вклучување во одредена област за да се обезбедат консултации, или тие дури можат сами да ја спроведат обуката. Важно е да се напомене дека обуката не треба да биде еднократна активност. Мора да има редовни програми за обука и едукација околу различноста и вклученоста за да се осигура дека вашиот тим е секогаш информиран.

6. Изградете разновиден лидерски тим

Менторирањето на различни таленти ќе биде поинтуитивно за различни лидери; тие ќе бидат поповрзани и со поголема веројатност да поддржат разновидна култура која ги поздравува луѓето од различно потекло.

Друго решение е да создадете комитет за волонтерска различност и вклучување, составен од неколку ваши вработени од целата компанија. Комитетот има корист од бура на идеи од неколку различни разновидни умови наместо да очекува еден професионалец да знае сè што е поврзано со разноликост и инклузија.

Најдобри практики за промовирање, поддршка и развој на разноликоста во регрутирањето, управувањето и распределбата на персоналот

Разноликоста и инклузијата ја вклучуваат мисијата, напорите и практиките на компанијата да поддржи разновидно работно место и да ги искористи ефектите од различноста за да постигне конкурентна бизнис предност.

Различноста ја вклучува секоја димензија што се користи за да се разликуваат групите и луѓето еден од друг. Фокусирајте се најмногу на почитување и ценење на она што ги прави вработените различни во однос на возраста, полот, етничката припадност, религијата, попреченоста, сексуалната ориентација, образованието и националното потекло. Вклучувањето, од друга страна, вклучува организациски напори за вработените од сите потекла да се чувствуваат добредојдени и подеднакво третирани.

10 најдобри практики за различност и вклучување:

- a) Воспоставете чувство на припадност: една од најважните психолошки потреби што треба да се задоволат за вработените да се чувствуваат поврзани со нивните работодавци и организации.
- b) Однесувајте се кон сите вработени праведно: клучно да се чувствувате ценети и прифатени. Неправедните пакети за плати и бенефиции за вработените од различно потекло доведуваат до нездрава култура на работното место и недостаток на разноликост.

- c) Понудете еднакви можности за раст: еден од главните фактори со моќ за привлекување и задржување таленти во компаниите. Работодавците треба да бидат внимателни да им понудат фер и еднаков раст и можности за напредување во кариерата на своите вработени.
- d) Преработете ги описите на работните места и огласите за работа: со цел да се привлечат поразновидни таленти, јазикот што се користи при објавувањето на работните места прави голема разлика. Како што беше речено, треба да се направи анализа на целта и избегнување на одредени бариери за да се зголеми различноста.
- e) Поддржете ја иновативноста и креативноста: компаниите мора да ја поддржат креативноста во рамките на нивната организација за да изградат разновидно работно место.
- f) Едуцирајте ги вработените за различноста и инклузијата: вработените треба да се едуцираат за придобивките и најдобрите практики за поддршка на тие иницијативи. Не е доволно менаџментот на повисоко ниво да биде свесен за тоа што значат различноста и инклузијата за деловниот успех и угледот на компанијата.
- g) Поддржете ја тимската работа и соработката: тимската работа и соработката се она што вработените очекуваат од нивните работодавци да го поддржат. Затоа, за да привлечете и задржите поразновидна работна сила во вашата организација, соработката треба да биде една од главните основни вредности на вашата компанија.
- h) Поддржете ја флексибилноста на работното место: истражувањето за различноста на работното место покажа дека една од најдобрите политики на работното место за привлекување различни кандидати е флексибилноста. Затоа, нудењето флексибилни работни локации и часови ви помага да привлечете и задржите повеќе разнолики вработени.
- i) Реструктурирајте го процесот на регрутирање: фокусирањето на тоа во која компанија работеле кандидатите или во кое училиште учеле, често може да доведе до намалување на разноликоста на каналот за кандидати. Сепак, валидните и сигурни проценки на личноста се одлични алатки за мерење на особините на личноста, мотивациите и вештините на кандидатите.
- j) Промовирајте разноликост и инклузија на сите нивоа на организацијата: за да функционираат иницијативите за разноликост и инклузија, сите нивоа на хиерархијата на компанијата треба да ја разберат и поддржат.

Управување со кујнскиот отпад

Правилното управување со отпадот е дел од генеричките и специфичните надлежности и функции потребни за водење и управување со кујна. Отпадот што се создава во кујните на баровите, рестораните, кафулињата е проблем со влијание врз здравјето и животната средина, што ги засега сите професионалци во секторот и клиентите на овие објекти.

Кујнскиот отпад има висока органска содржина и е потенцијален извор на различни видови штетници и инфекции, како и високо загадувачки отпад.

Видови отпад во кујната

Ние главно можеме да ги класифицираме според нивниот третман на следниов начин:

- Цврст урбан отпад, кој е генерално отпад што може да се рециклира (сите видови стаклени садови, хартија и сл.);
- Масен отпад, кој доаѓа од масла и други масти кои се користат за готвење; и
- Органски отпад (остатоци од преработени оброци и отпад што се создава при подготовка на јадења).

Отпадот се идентификува во согласност со усогласена листа на отпад на европско ниво, регулирана со Одлуката на Комисијата 2000/532/ЕЗ.

Како да управувате со отпадот во кујната

Неопходно е да се следат низа насоки за добро управување со отпадот, да се минимизира влијанието врз животната средина и да се спречат ризиците по здравјето на луѓето (инфекции, зарази, штетници итн.).

Цврстиот отпад треба да се третира на ист начин како и цврстиот урбан отпад што се создава во домаќинствата. Треба да се користи назначен контејнер за стаклена амбалажа, за да може да се рециклира. Картон и хартиена амбалажа треба да се фрлат во друга канта. Конзерви, картон и пластична амбалажа треба да се стават во друг контејнер. Покрај тоа, неопходно е да се користи и контејнер за органски цврст отпад.

Сепак, оваа поделба може да варира во зависност од прописите за управување со отпад во секоја земја.

На европско ниво, Директивата 2008/98/ЕЗ и Директивата за дополнување (ЕУ) 2018/851 го регулираат управувањето со отпадот.

Бидејќи компаниите од секторот HORECA генерално создаваат многу отпад, препорачливо е да имаат свои обоени контејнери, иако можат да ги користат и контејнерите на јавниот систем за собирање отпад.

Исто така, ефикасното купување со големи пакувања и производи на големо помага да се намали потрошувачката на пластика и картон.

Управување со масен отпад

Масниот отпад мора да се отстранува посебно. Ова ги вклучува сите масла за пржење и масти кои се создаваат при подготовката на храната.

Овие отпадоци не можат да завршат во канализациониот систем бидејќи се многу загадувачки. Тие би завршиле во реки и акумулации и би имале висок капацитет да ја загадуваат водата.

Искористените масла се сметаат за опасен отпад, бидејќи се многу загадувачки за водата: **1 литар масло загадува 1.000 литри вода.**

Ако правилно се рециклира, масниот отпад има втор живот во форма на биогорива, сапуни и корисни состојки за производство на восоци, лакови итн.

Управување со отпад во HORECA установа

Во баровите, рестораните, кафулињата... мора да се внимава на чистење на сите површини, вклучително и кујните. Ова го вклучува и правилниот третман на целиот создаден отпад.

Неправилното управување со отпадот може да доведе до значителни казни, бидејќи може да се смета како недостаток на чистота и опасност за јавното здравје.

Отпадоците од храната треба да се чуваат во контејнери што не се отвораат рачно за да се чуваат изолирани до отстранување за да не дојде во контакт со храната. Ова спречува можна контаминација.

Контејнерите за отпад треба да се инсталираат подалеку од храната што се обработува и треба да бидат цврсти за да се спречи излевање. Тие треба да се отстрануваат од време на време и да не се акумулира вишок отпад.

Контејнерите за отпад треба да имаат системи против капнување и цврсто прицврстени или херметички капаци за да се избегне излевање и лош мирис.

Дополнително, препорачливо е да има решетки и системи за одводнување за да се спречи формирањето на локви од отпад.

Правилното управување со отпадот е од суштинско значење за секоја HORECA установа, не само за своето здравје и за обезбедување безбедност на храната за своите клиенти, туку и за да има помало влијание врз животната средина и секако да се избегнат казни.

План за управување со отпад

Алатка за управување што може да биде многу корисна кога станува збор за управување со различни видови отпад, што се создаваат во претпријатие во секторот HORECA, е подготовката на План за управување со отпад.

Меѓу мерките што треба да се вклучат во овој план, можеме да го разгледаме следново:

- Треба да има посебни контејнери за секој вид отпад на секои неколку метри, и внатре и надвор од објектот. Така, ќе имаме контејнери за хартија и картон, за стакло, за пластика и метал, за органски отпад и за друг специфичен отпад што може да се создаде.
- Треба да се разгледа можноста за претворање на органскиот отпад во домашен компост.
- Отпадот кој поради неговите посебни карактеристики е класифициран како опасен, посебен и слично, мора правилно да се класифицира и да се отстранува во согласност со законската регулатива.

Неколку совети за намалување на отпадот од храна

1. Измерете го отпадот од храна. Едноставно со следење на употребата на храната и отпадот, многу бизниси наоѓаат можности да го намалат производството додека сè уште ја задоволуваат побарувачката на клиентите. „Инвентар за отпадоци од храна“ може да ви помогне да идентификувате колку и каде се троши храната за да можете да спроведете промени (на пр. помали порции, промени во менито или замени) и да го следите вашиот напредок.
2. Предвидете нарачки за храна. Имањето систем кој ќе ви помогне прецизно да ги предвидите нарачките на храна, рачно или со помош на дигитална технологија (на пр. технологија за предвидливо нарачување), значи попрецизни податоци, подобро разбирање на моделите на нарачки храна и поголема контрола врз вашата кујна, што на крајот води до помалку отпад (и повеќе пари во вашиот џеб).

3. Вклучете персонал. Управувачите со храна се вредни ресурси кога станува збор за намалување на отпадот од храна. Некои од најиновативните идеи за намалување на отпадот од храна доаѓаат од персоналот во кујната и пред куќата, а не од раководството. Инвестирање во обука и сертифицирање на вашиот персонал е една од најдобрите работи што можете да ги направите за вашиот бизнис.
4. Имајте добра контрола на продуктите. Ефикасното начување и ротација на залихите се од примарна важност кога станува збор за минимизирање на расипувањето и отпадот од храна. Осигурајте се дека складираната храна е јасно означена со датумите „најдобро до“ или „продажба до“ и погрижете се сите што се занимаваат со храна во вашиот бизнис да бидат обучени за соодветни техники за управување со залихите „Прв влезен, прв излезен“.
5. Внимавајте на хиперпродукцијата. Многу претпријатија користат сервиска подготовка за да заштедат време и пари. Откако ќе почнете да го мерите отпадот од храна во вашиот бизнис, може да откриете дека префрлањето од подготовката на серии во корист на подготовката по нарачка ќе ви заштеди пари на долг рок.
6. Имајте план за премногу храна. Предвидувањето на побарувачката на клиентите е повеќе уметност отколку наука; како такви, кујните често ќе се најдат со останати состојки. Ако немате план да ги користите тие останати состојки, тие би можеле да завршат во канта. Зошто да не ги претворите вчерашните остатоци во специјален ручек денес? Ако не е поминат датумот „употребливо до“, треба да го користите.
7. Компост. За остатоците од храна што не можете да ги користите, размислете дали компостирањето е остварлива опција за вашиот бизнис. Некои користат компост од кујната за да ја збогатат почвата во овошните и зеленчуковите градини или како природно ѓубриво за уредување. Компостирањето, исто така, го намалува вашето влијание врз животната средина (и вашата сметка за отстранување на отпадот) со тоа што го чува отпадот надвор од депониите.
8. Рециклирајте. Материјалите за рециклирање, како што се хартија, картон, лименки, шишиња и други контејнери, премногу често се наоѓаат во корпите за ѓубре на HORECA установа. Со ставање на овие материјали во правилни корпи за рециклирање, вашиот бизнис со храна може да и помогне на животната средина и да заштеди пари за собирање отпад. Погрижете се кантите за рециклирање во вашиот бизнис да бидат јасно означени и да се користат само за рециклирање за да се спречи мешањето на ѓубрето и рециклирањето.
9. Префрлете се на непрехранбени производи за повеќекратна употреба. Предметите за еднократна употреба како што се хартијата, салфетките, пластичниот прибор за јадење и садовите може да генерираат огромна количина отпад. Иако понекогаш овие едноставно не можат да се избегнат, каде што можете да избегнете предмети за еднократна употреба, само направете го тоа.
10. Донирајте. Некои субјекти (НВО, здруженија...) прифаќаат соодветна храна од ресторани и други бизниси со храна, која потоа ја дистрибуираат до бездомниците и другите на кои им е потребна. Размислете за етикетирање на храната во вашите ладилници и шпајзови со датум „послужете пред“ и „донирај пред“, за да му помогнете на персоналот лесно да одреди што се наоѓа во корпата и што е погодно за донирање.

МЕНИ ИНЖЕНЕРИНГ

Мени инженеринг е дисциплина која ја проучува гастрономската понуда на вашиот бизнис за да ја подобри неговата профитабилност. Поаѓа од премисата дека менито е многу повеќе од парче хартија со ценовник и преку низа инженерски техники утврдува кои јадења, по кој редослед и како треба да се појават на вашето мени за да се оптимизираат резултатите од вашиот угостителски бизнис.

Менито е една од вашите најдобри алатки за продажба и, според некои професионални извори, интелегентниот дизајн на менито може да помогне да се зголеми профитот на вашиот ресторан, бар или кафуле за повеќе од 15%. И кога зборуваме за „дизајн на мени“ не мислиме на дизајн во смисла на естетика и графички дизајн, туку во смисла на инженерство на менито. Стратешкиот дизајн на менито што го реализира целосниот потенцијал на менито за вашиот бизнис ќе ви помогне да ги подобрите вашите резултати и да го зголемите вашиот профит.

Кога инженерството на менито се применува на менито на установата, секој од неговите елементи детално се анализира, профитабилноста и популарноста на секое јадење, дали јадењата што се појавуваат се вистинските, дали се во правилен редослед и позиција, ако тие имаат атрактивни и привлечни имиња и описи, итн. Сè треба да биде интелегентно избрано за да ви помогне да ги продадете и поврзете целите и интересите на вашиот бизнис со преференциите на вашата клиентела.

Еве неколку примери за мени инженеринг стратегии за да ја зголемите продажбата во вашиот бизнис:

1. Направете детална проценка на трошоците: Ако не знаете колку навистина чини секое јадење од вашето мени, не можете да знаете како да го процените за максимална профитабилност и каде да го ставите на менито. Затоа е потребно да се направи исцрпна студија за трошоците за секое јадење, без пашални проценки, вреднувајќи ги сите негови поединечни состојки, без разлика колку се мали количините (масло, сол, зачини...).

За да се направи добра проценка на трошоците, многу е практично да се разложи секоја од состојките во табела, означувајќи ги следните аспекти во паралелни колони:

- Бруто тежина: вкупната тежина на производот.
- Нето тежина: добиената тежина по готвењето.
- Смалување: дел од производот што нема да можеме да го користиме при обработката.
- Единечна цена: цената на состојката изразена во евра/кг.
- Вкупна цена: цената што ја плативме вкупно за производот пресметана на неговата бруто тежина.

Деталниот ценовник е фундаментална алатка во угостителството и управувањето со кујната, со која можеме да ја контролираме реалната цена на секое јадење по човек и ќе знаеме која цена да ја ставиме за да биде профитабилна. На овој начин го контролираме и оптимизираме нашето трошење.

2. Прочешлајте го вашето мени во длабочина: Пraveњето длабинска анализа на вашето мени е основна точка на мени инженеринг за да се идентификуваат неговите категории и делови и потоа да се класифицира секое јадење според неговата цена и популарност. На овој начин

ќе знаете точно каде стратешки да го поставите секое јадење на менито на позиција и начин што ќе ви донесе најголем профит. Подолу прочитајте како да го направите ова:

- Идентификувајте ги категориите и деловите од вашето мени. За да имате целосна и реална визија за менито што го нудите, најфикасно е прво да ги поделите јадењата во категории, а потоа да ги наведете деловите од секоја категорија. Да ви дадам едноставен пример, во италијански ресторан категориите би биле тестенини, пици, антипасти, пијалоци и десерти. И ако се фокусираме на категоријата тестенини, би можеле да ги разделиме на неколку делови како месо, морска храна и зеленчук. Важен факт: неколку студии за инженерството на менито открија дека е контрапродуктивно да се надминат 5 јадења по дел.
- Исто така, многу е важно да размислите да понудите делови од менито со јадења за одредени групи на население. Ова ќе биде случај на посебен дел за деца, луѓе со нетолеранција или алергии, вегетаријанци, вегани или менија за групи, меѓу другото.
- Класифицирајте го секое јадење според цената и популарноста. По претходната вежба, ќе треба да го анализираме секое од јадењата, проценувајќи ја профитабилноста што произлезе од нивната цена и степенот на популарност кај нашите клиенти. Според инженерството на менито, на тој начин би добиле 4 различни типологии:
 - Најпрофитабилни и популарни.
 - Многу популарни, но не многу профитабилни.
 - Непопуларното, но многу профитабилно.
 - Оние кои не се ниту профитабилни, ниту популарни.

По оваа детална анализа на нашето мени, сега сме во позиција да знаеме кои ставки од менито се најпопуларни и имаат најдобра профитабилност за бизнисот. Тоа се ѕвездените јадења, оние кои најмногу сме заинтересирани да ги истакнеме на менито и кои клиентите ги забележуваат и бараат.

Што да се прави со оние јадења со висока профитабилност, но мала популарност? Многу ефикасна алатка е да ги поттикнете вашите келнери да им ги понуди на клиентите и да ги гледаат нивните реакции. Можеби не им се привлечни или не им се премногу скапи. Или се ставени на таков начин на менито што остануваат целосно незабележани. Можеби правите неколку прилагодувања, како што се друго име или опис или менување на нивната позиција на менито, е доволно за да го привлечете вниманието кон нив.

Неизбежно, секогаш ќе има популарни јадења кои не се многу профитабилни, но препорачливо е да ги чувате како атракција за вашиот бизнис. И, конечно, за јадења со мала профитабилност и популарност, најдоброто нешто што треба да направите е да ги тргнете од менито.

3. Обрнете внимание на името и описот на секое јадење: Обрнете посебно внимание на имињата и описите на јадењата. Многу генеричко име не е препорачливо, секогаш е важно да дадете некои корисни информации во него и да не го „присилувате“ клиентот да го прочита описот. Пример: „Домашен десерт“ не му дава доволно информации на клиентот, додека нешто како „Куќен десерт со шумски плодови“ не само што укажува дека тоа е типичен домашен десерт на оваа установа, туку покажува и од што се состои десертот.

Кога опишувате јадења, избегнувајте долги објаснувања. Одлучете се за едноставни описи кои ја сумираат текстурата, вкусот на јадењето и начинот на готвење. Продолжувајќи со

претходниот пример, би ја опишале нашата домашна овошна торта како „крцкава база на лиснато тесто со крем фил и карамелизирано овошје“.

4. Обрнете внимание на позицијата и презентацијата на јадење на менито: Кога гледаме мени, нашите очи го следат она што инженерите на менито го нарекоа „златен триаголник“. Нашите очи се движат прво кон средината за да се движат кон горниот десен агол, а потоа кон горниот лев агол. Оваа област на триаголник би била местото каде што треба да се постават најпрофитабилните јадења за бизнис.

Многу е важно и како го презентираме менито. Важно е да не претерувате со долгите менија со долга листа на јадења. Не претерувајте ниту со визуелниот аспект, со вишок на фотографии и бои и изберете квалитетни фотографии од оние јадења на кои навистина сте заинтересирани да привлечете внимание. Ако клиентот се изгуби во метеж од бескрајни списоци и слики на јадења, тој/таа на крајот ќе се засити и ќе го избере она што веќе го знае. Запомнете дека целта е токму спротивната, да го користиме менито како алатка за да го натераме клиентот да избере она што има најмногу бенефит за нас.

5. Бидете свесни за психологијата на цените и размислете за промоции: Постојат неколку трикови што треба да ги имате на ум кога ги одредувате цените на јадењата на менито за да не работат против вас:
 - Елиминирајте ги ценовните валути, на овој начин ќе намалите дел од влијанието на цената на порцијата и, според неодамнешните студии, тоа ги тера клиентите да трошат повеќе.
 - Не вклучувајте точки помеѓу името на јадењето и цените. На овој начин клиентот го доживува менито како ценовник и соодветно ќе избере.
 - Одлучете се за кружни броеви. Ова е доминантниот стил во најексклузивните претпријатија, обезбедувајќи поелегантен допир.

Промоциите на менито исто така може да бидат одлична формула за поврзување со клиентот и многу корисна алатка за да понудите менија по намалени цени на вашето мени кои содржат специјални јадења, сезонски јадења или некој вид комбо или специјален пакет.

6. Споделете ја приказната зад секое јадење со вашите келнери: Веројатно постои добра приказна зад многу од јадењата на вашето мени: што или кој го инспирирал, дали е тоа рецепт кој се пренесува низ генерации во вашето семејство, дали тоа е вашето прво јадење со звезда во готварското училиште итн.? Споделете ја со вашите келнери приказната за да можат да ја пренесат на вашите клиенти. Тие ќе се чувствуваат посигурни во известувањето за деталите од менито и ќе го направат искуството на вашите клиенти поспецијално.

Без оглед на овие стратегии за инженерство на менито, исто така е важно добро да ја познавате вашата клиентела и причината зошто тие доаѓаат во вашата установа за да им го понудите најсоодветното мени. Дали се тоа луѓе кои сакаат да бидат во тек со најновите гастрономски трендови или напротив, дали се клиенти кои претпочитаат традиционални јадења? Дали бараат локални производи или претпочитаат „нај ин“ егзотични состојки? Поставувањето на овие прашања ќе ви помогне подобро да ја разберете не само вашата редовна клиентела, туку и како да ја привлечете потенцијалната клиентела што сакате да ја привлечете во вашиот бизнис.

Забележете дека не секогаш се работи за продавање повеќе, туку за тоа да го направите искуството на секој клиент уникатно и да ги натерате да се враќаат во вашиот бизнис повторно и повторно за вистинска долгорочна профитабилност.

Референци

- Рајнерс, Бејли. „Засилете ја вашата стратегија за управување со различноста“ Вградена. 1 септември 2019 година: с.п. Веб 1 септември 2019 година.
- „Што навистина мислат оние што бараат работа за вашата различност и статистика за вклучување? Гласдор Анкета за вработување на различности. 17 ноември 2014 година: с.п. Веб 17 ноември 2014 година.
- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12012E/TXT:en:PDF>
- <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=166&langId=en>
- <https://ingenieriademenu.com/>
- <https://www.fooddocs.com/haccp-plan-template/opening-and-closing-checklist-template>
- <https://lunchbox.io/learn/restaurant-software/kitchen-management-software>
- <https://www.chefs-resources.com/kitchen-forms/restaurant-kitchen-schedule-template-excel/>
- <https://www.foodsafety.com.au/blog/10-ways-reduce-food-waste-restaurants>
- <https://www.business2community.com/human-resources/employee-feedback-loops-01536928>

КАЛИФИКАЦИЈА 2-УПРАВУВАЊЕ СО РАБОТА ВО КУЈНА

МОДУЛ 2: КОМУНИКАЦИЈА СО КЛИЕНТОТ

ЗОШТО Е ВАЖНА ДОБРАТА УСЛУГА ЗА КЛИЕНТИ ВО РЕСТОРАНТЕ?

Добрата услуга за клиенти е важна во индустријата за ресторани бидејќи може да го **одреди целокупниот успех на ресторанот. Еве список на причини зошто е толку важно:**

- Среќните клиенти создаваат повеќе позитивни повратни информации и прегледи за вашиот ресторан.
- Одличната услуга за клиенти може да ги зголеми приходите.
- Поверојатно е дека задоволните клиенти ќе станат редовни клиенти.
- Долговечноста на бизнисот обично се потпира на добрата услуга за клиентите.

Елементите на професионалната услуга за клиенти се:

Проширете ја вашата дефиниција за услуга

Како ја дефинирате услугата ја обликува секоја интеракција што ја имате со вашите клиенти. Ограничените дефиниции за услугата засновани на размена на пари за стоки или услуги ја промашуваат целокупната поента на услугата за клиентите. „Услугата“ треба да му обезбеди на клиентот повеќе од производ или дејство преземено во негово/нејзино име. Тоа треба да обезбеди задоволство. Во суштина, клиентот треба да си замине задоволен од резултатот од трансакцијата – не само задоволен, туку всушност среќен. Среќниот клиент ќе продолжи да биде купувач и клиент што се враќа.

Кои се вашите клиенти?

Клиентите се луѓе кои сакаат да платат фер цена за квалитетна услуга или производи и се чувствуваат задоволни што платиле за услуга/производ и го добиле она што го платиле за возврат. Тие исто така сакаат некој да се грижи за нив. Ним им треба некој што ќе ги разбере нивните потреби и ќе помогне да одговори на нив. Ним им треба некој да ги држи за раце и да ги води низ процесот. Услугата за клиенти започнува со способноста да се слуша клиентот и да се открие што му треба или сака со поставување прашања на љубезен начин. Преку прашања може да се дознае повеќе за тоа што му се допаѓа или не му се допаѓа на клиентот и со какви предзнаења доаѓа.

Освен „надворешни клиенти,“ постојат „внатрешни клиенти.“ Внатрешен клиент е секој во организацијата на кој му е потребна помош или интеракција од друг за да ги исполни своите работни обврски. Внатрешните клиенти се соработниците. Запомнете, внатрешниот синџир на клиенти е идентичен со надворешниот, сите ние сме клиенти и внатре и надвор од организацијата. Според една статија на Вол Стрит Журнал, „Вработените кои се лошо третирани исто толку лошо се однесуваат и со клиентите.

Развијте пријателски пристап кон клиентите

Многу е важно да се развие систем и став кој промовира пријателска услуга за клиентите. Под „пријателски за клиентите“ подразбираме гледање на клиентот како најважен дел од вашата работа. Клишето „Клиентот е секогаш во право“ е изведено од ова пријателско опкружување за клиентите.

Два критични квалитети на „Пријателскиот пристап кон клиентите“ се:

- Комуникации
- Врски

Двете главни задачи на успешните односи со клиентите се да комуницираат и да развијат убави односи. Тие не преземаат огромен напор, но не се случуваат ни веднаш. Позитивниот дијалог/комуникација со вашите клиенти и развивањето постојани односи со вашите клиенти се можеби двата најважни квалитети кон кои треба да се стремите во услугите на клиентите. Што значи Услуга за клиенти? Како што беше споменато претходно, услугата за клиенти значи обезбедување квалитетен производ или услуга што ги задоволува потребите/желбите на клиентите и ги стимулира да се враќаат.

Добрата услуга за клиенти значи многу повеќе – тоа значи континуиран успех, зголемен профит, поголемо задоволство од работата, подобрен морал на компанијата или организацијата, подобра тимска работа и проширување на услугите/производите на пазарот.

Професионални квалитети во услугата за клиенти

Професионалците кои постојано се занимаваат со клиенти (внатре и надвор од ресторанот) треба да се стремат кон одредени квалитети кои ќе им помогнат да одговорат на потребите на клиентите. Клиентите имаат многу потреби, но шесте основни потреби што се издвојуваат се:

- Пријателство – најосновна и поврзана со учтивост и внимателност.
- Емпатија – клиентот треба да знае дека давателот на услугата ги цени нивните желби и околности.
- Правечност – клиентот сака да чувствува дека добива соодветно внимание и разумни одговори.
- Контрола – клиентот сака да почувствува дека неговите/нејзините желби и насоки имаат влијание врз исходот.
- Информации – клиентот сака да знае за производите и услугите. Вработените мора да ги знаат сите информации за производот што го обезбедуваат. Кажувањето „не знам“ или „тоа не е мој оддел“ автоматски значат омаловажуваат и деградирање во умот на клиентот. Клиентите сакаат информации, а тие не ја почитуваат и не ѝ веруваат на личноста која треба да има информации, но нема.

Затоа, вработениот мора да ги има сите горенаведени квалитети дружељубивост, емпатија, чувство за фер и информираност за подобро да му служи на купувачот.

Освен овие квалитети, вработените мора да ги имаат и следните карактеристики за да го постигнат посакуваното ниво на задоволство на клиентите:

- Насмевка – не постои ништо како насмевка и пријатно лице за да се поздрават клиентот, особено ако тој/таа има поплака. Насмевката и љубезниот разговор можат веднаш да го разоруваат незадоволниот клиент. Изразот на лицето дава позитивен тон уште пред да почнете да зборувате. Опуштениот или пријатен израз на лицето е идеален во поголемиот дел од времето.

- Контакт со очи – секогаш гледајте во очите на вашиот клиент. Директно обраќајте им се на клиентите.
- Како изгледате – личниот префинет изглед има големо влијание врз вашите клиенти. Валкани раце, неуредна коса и лош фустан може да значат губење на инаку среќен клиент. Кога комуницирате со клиентите, облечете се уредно и на професионален начин за да добиете почит и да им дадете до знаење на клиентите дека сериозно ја сфаќате вашата позиција.
- Ракување – кога се ракувате со клиент се очекува цврсто и професионално ракување. Ваквиот начин на поздравување сега е вообичаен и кај мажите и кај жените во професионална средина.
- Бидете внимателни – кога слушате клиент, малку навалете се кон вашиот клиент и климајте со главата толку благо за да покажете дека слушате.
- Тон на гласот – секогаш пренесувајте пријателство и внимание. Не го кревајте гласот со фрустрација или лутина, без разлика колку е тешко или заморно се однесува клиентот.
- Гестикулации со рака – користете движења со рацете за да го нагласите она што го кажувате (дури и на телефон) и да ги нагласите вашите чувства.
- Личен простор – ова е растојанието помеѓу вас и друга личност што влијае клиентот да се чувствува удобно. Ако друга личност ви пријде и го нападне вашиот личен простор, вие автоматски се враќате назад без размислување. Непријатно ви е. Оставете соодветно растојание помеѓу вас и вашиот клиент. Соодветниот простор е важен за клиентите да се чувствуваат сигурно и без закана.
- Држење на телото – слегнување на стол или потпирање на сид додека комуницирате со клиент се сигурни знаци дека не сте заинтересирани за клиентот. Вашата поза или држење треба да изрази внимание, пријателство и отвореност. Наведнете се напред, свртете се кон клиентот и кимнете со главата за да му дадете до знаење дека сте заинтересирани.
- Набљудување – забележувајте како се однесува вашиот клиент и на што тој/таа реагира позитивно додека давате услуга.

Среќа-Ако вработените се среќни на своето работно место, тогаш ќе бидат среќни и клиентите. Запомнете дека се што добро се случува во вашиот ресторан е поради вработените. Менаџерот мора да се погрижи да ги одржува среќни со тоа што редовно ќе се занимава со нив и ќе се осигура дека тие се задоволни. Тој треба да побара мислење и сугестија од вработените за сè што може да се промени во или околу ресторанот за да се зголеми задоволството на клиентите или да се направат работите да се одвиваат понепречено во интеракција со кујната/барот. Менаџерот треба да направи да се чувствуваат дека се важни членови на тимот.

Имајќи личен однос со вашите вработени, ќе создадете среќна атмосфера и ќе го зголемите задоволството на купувачот. Запомнете дека вашиот персонал ве претставува, затоа покажете ја вашата најдобра страна!

Секој ресторанот мора да има своја култура. Културата на ресторанот ги вклучува визијата, вредностите, нормите, системите, симболите, јазикот, претпоставките, верувањата, мисијата и навиките. Лидерот има огромно влијание врз културата на ресторанот, со тоа што ги живее основните вредности и ги охрабрува во тимот. Лидерот мора да вклучува вредности кои се високо ценети од нивните клиенти, на пример, пријателство, учтивост, емпатија, праведност. На овој начин вработените и клиентот ќе ги делат истите вредности.

Идентификувајте и анализирајте го „тешкиот клиент“

Управувањето со клиентите во ресторан/кујна е уметност. Од справување со тешки клиенти кои никогаш не се задоволни, без разлика на сè, до осигурување дека услугата е доволна – справувањето со прашања поврзани со ресторанските услуги со ваш личен печат и грижа може да ги трансформира незадоволните клиенти во постојани клиенти. Правилното управување со клиентите во ресторанот води до задоволни клиенти, и задоволството на клиентите е една од најважните работи во ресторанската индустрија.

Вработените во ресторан/кујна често се среќаваат со тешки клиенти (и надворешни и внатрешни клиенти).

Постојат два вида тешки клиенти кои можат да влијаат на вработените во кујната.

- Грубиот клиент ќе го процени секој детаљ и ќе се жали во врска со истиот – од начинот на кој ги виткате салфетките до температурата во просторијата, до храната што ја послуживте. Често, громогласните клиенти не се незадоволни поради вас и вашиот хотел/ресторан. Најверојатно со себе ги носат секојдневните фрустрации кога излегуваат на оброк, одмор или службено патување. Затоа, запомнете, критиката не е наменета да ве повреди – тоа е само нивен начин малку да се олабават.
- Избрзаниот клиент е клиентот кој секогаш брза и сака сè да се направи многу брзо.

Важно е да се запамети дека овие тешки клиенти лесно можат да станат несреќни клиенти, во случај ако имаат проблем, а не го решаваат брзо нивниот проблем. Бизнисот (ресторан/кујна) не сака да има несреќни клиенти бидејќи несреќните клиенти често ги споделуваат своите поплаки со врсниците и пишуваат лоши критики на различни форуми и на социјалните медиуми. Оттука, треба да бидете дополнително внимателни во пристапувањето и решавањето на нивните проблеми, без разлика колку сте преплавени со чувства. Решавањето на нивните поплаки може да создаде можности да се вратат за повеќе.

Кога не сте во можност да се справите со тешки клиенти и вашиот одговор на нивната жалба е „Значи, не сум јас виновен“, „Не можам ништо да направам“, тогаш вашата услуга за клиенти е слаба. Добрата услуга за клиенти значи отчетност, одговорност и преземање активности за задоволување на клиентот. Клучно е да можете да комуницирате со незадоволен клиент.

Затоа, за да го направите тоа, мора да користите некои техники на професионална услуга за клиенти со цел да ја добие поддршката од клиентот и да го задржите како клиент.

„Ако можеме да обезбедиме итен одговор на проблемот што е пред нас, мораме да го сториме тоа. Ова може да значи кршење на нашите сопствени правила одново и одново, но сепак, нели затоа сме шеф, менаџер или на авторитетна позиција? Иако ова нема - и не треба да биде - одговор за сите проблематични ситуации на гостите, треба да се земе предвид флексибилноста за брзо реагирање на гостите кои имаат високи барања.

-Sandeep Chatterjee, F&B менаџер во ресорто.

Слушај: Примарно е, кога се работи со незадоволен или клиент што приговара, внимателно да се слуша неговата/нејзината поплака, жалење, фрустрација или незадоволство. Многу поплаки од клиенти се решаваат едноставно кога луѓето се чувствуваат како да се слушнати и разбрани. Дури и кога бараат нешто неразумно, проактивно слушајте и не подлегнувајте на одвлекувањето на вниманието, затворен говор на телото како склопени раце и слична вознемиреност. Бидете трпеливи, внимателни и пријателски расположени.

Изрази дека ти е жал: „Жал ни е за оваа грешка/проблем“. „Ужасно ни е жал за оваа непријатност“. „Како можеме да работиме за да го решиме овој проблем заедно? „Можам да замислам колку сте фрустрирани“.

Не се расправајте и не прекинувајте: Ова само ќе ја влоши ситуацијата, особено ако клиентот е лут. Оставете го да зборува пред да се обидете да разговарате со него што се случило.

Сочувствувај: Дозволете му на вашиот клиент да знае дека го сфаќате сериозно. Сепак, мора да го ограничите вашето сочувсување бидејќи ова може да биде доживеано како лажно или заштитничко.

Не се брание: Останете неутрални во тонот и одговорот кога клиентот активно се жали. На овој начин ќе го убедите дека сериозно ја сфаќате неговата загриженост. Никогаш не се расправајте, дури и ако клиентот греша, не ги има сите информации или навидум лаже. Вашата цел е да го минимизирате проблемот и да го решите, а не да создавате воена атмосфера

Не губете самоконтрола: Ако останете опуштени, клиентите ќе се смират.

Посочете факти: Слушајте внимателно – и запишете сè. Не давајте никакви коментари додека клиентот не заврши со разговорот. По слушањето на сето она што клиентот мораше да го каже, повторете ги сите факти слушнати на едноставен јазик. И ако имате среќа, слушањето на прераскажувањето со друг глас може да помогне да се нормализира критиката од клиентот и да се намали малку емоцијата поврзана солучајот. Повторувањето на она што тие го кажаа, исто така, ви дава повеќе време целосно да ја обработите ситуацијата во вашата глава и да дојдете до најпааметниот одговор.

Вклучете го клиентот во решавањето на проблемите: Предложете му на клиентот алтернативни решенија, доколку постојат. Клиентите ја ценат можноста да ги изберат начините за решавање на проблемите.

Презентирајте го решението: Претставете му на вашиот клиент решение за нивниот проблем. Кажете им на вашите клиенти какви активности ќе бидат преземени. Доаѓањето до решение кое ја задоволува нивната непосредна потреба е сè што е потребно во моментот. И не заборавајте да потврдите дека решението што му го презентирате на клиентот (се надеваме дека сега е мирен) е задоволувачки и за нив. Никогаш не правете грешка да ветувате нешто што не можете да го направите

Следење: Погрижете се да се преземат ветените мерки. Ако не го исполните ветеното и ја игнорирате жалбата на клиентот, проблемот ќе расте. Следниот пат ќе биде потешко да се реши. Можете исто така да го охрабрите вашиот клиент да ви даде повратни информации, откако ќе се решат проблемите и можете исто така да му го отворите на клиентот „патот назад“ до ресторанот: Понекогаш клиентите грешат. Треба да ги оставите да си заминат достоинствено, без да се чувствуваат засрамени.

Не ја доведувајте во прашање исправноста на клиентот: Од самиот почеток треба да верувате дека клиентот можеби е во право. Секогаш бидете отворени кон мислењето на клиентите, направете ги да се чувствуваат дека заслужуваат да бидат слушани.

Секогаш запомнете го златното правило на секоја услуга за клиенти: клиентот е секогаш во право, без разлика на се! Се разбира, клиентот можеби греша, но повторно, ако не се согласувате со него, мора да останете смирени и учтиво да се обидете да ги решите нивните поплаки. Можеби нема да биде возможно да се задоволи секое барање на клиентите, но секогаш можете да се обидете да ги натерате да се чувствуваат ценети. Не заборавајте да бидете секогаш љубезни, без разлика на се.

Одржувајте прифатливи граници: Мора да го следиме правилото дека Клиентот е секогаш во право „но тоа не значи дека треба да се толерира каков било вид на однесување. Не дозволувајте вашите вработени да бидат злоупотребени, вербално или физички, само за да го задоволат клиентот. Ако клиентот користи несоодветен јазик или прави навредливи гестови кон вас, не губите време и веднаш отстранете го од објектот. Постои ограничување на она што можете да го толерирате. Безбедноста на вашите вработени и на другите клиенти е ваш приоритет број еден. Ова помага да се заштитат вашите вработени во непосредниот момент и да им се зајакне вербата дека се грижите за нивната севкупна благосостојба на работното место.

Не го земајте тоа лично: На крајот од смената, лесно е да се вратиме дома и да размислиме што можевме да направиме или да кажеме подобро. Но, реалноста е дека поплаките се случуваат. Се прават грешки. И иако е важно да се учи од нив, исто толку е критично да не дозволите да ве повлекат емотивно како бродско сидро.

Негативноста е заразна, но можете да контролирате дали ќе дозволите да влезе во вашата глава или не. Оставете го тоа на страна и преземете ја следната смена како сосема нов ден.

Активно слушање

Како што споменавме претходно, кога услужувате клиент, треба да имате добра комуникација со него/неа. За да комуницирате добро со клиентот, треба да бидете во можност не само да слушате што вели тој/таа, туку и активно да слушате.

Активното слушање бара од слушателот целосно да се концентрира, да разбере, да одговори и потоа да запомни што е кажано. Вложувате свесен напор да ја слушнете и разберете целосната порака што е кажана, наместо само пасивно да ја слушате пораката на говорникот.

Слушањето е најфундаменталната компонента на комуникациските вештини. Слушањето не е нешто што едноставно се случува, слушањето е активен процес во кој се донесува свесна одлука за слушање и разбирање на пораките на соговорникот.

Различни студии ја нагласуваат важноста на слушањето како комуникациска вештина. Студиите во просек велат дека трошиме 70-80% од нашите часови кога сме будни во некоја форма на комуникација. Од тоа време, трошиме околу 9 отсто на пишување, 16 отсто на читање, 30 отсто на зборување и 45 отсто на слушање.

Студиите исто така потврдуваат дека повеќето од нас се сиромашни и неефикасни слушатели. Повеќето од нас не се многу добри во слушањето. Истражувањето сугерира дека паметиме помалку од 50% од она што го слушаме во разговор.

Има многу придобивки од активното слушање, тие вклучуваат:

- Градење длабока доверба – Активното слушање им помага на другите луѓе да се отворат. Тие можат да почувствуваат дека нема да избрзувате со заклучоци врз основа на површни информации. Тие исто така сфаќаат дека доволно се грижите за нив слушајќи внимателно. Градењето доверба бара време, но и води до големи придобивки како што се доживотни пријателства и лојални клиенти за сите времиња.
- Зајакнување на вашето трпение – Способноста да се биде добар слушател бара време и треба да ја развивате оваа вештина со редовни напори низ текот на времето. Но, како што постепено станувате сè подобри и подобри во слушањето, автоматска придобивка е тоа што развивате

трпение. Трпение да дозволите на другата личност искрено да ги изрази своите чувства и мисли додека вие не осудувате.

- Ве прави пристапен – Кога се претставувате како трпелив слушател, луѓето чувствуваат поприродна склоност да комуницираат со вас. Со тоа што сте тука за нив, им давате слобода да ги изразат своите чувства.
- Зголемување на компетентноста и знаењето – Одличните вештини за слушање го прават вработениот покомпетентен и способен, без разлика на позицијата. Колку повеќе поединецот може да добие информации од состаноците, упатствата и извештаите што му се доставени, толку поефикасно и поуспешно ќе ја заврши задачата. Слушањето, исто така, гради знаење и помага да се исполнат работните барања преку прогресивно учење.
- Заштеда на време и пари – Ефективното слушање не само што ги намалува ризиците од недоразбирање и грешки кои можат многу да му наштетат на бизнисот, туку и заштедува време и пари.

Што го прави еден човек добар слушател?

Добрите слушатели активно се обидуваат да разберат што навистина се обидуваат да кажат другите, без оглед на тоа колку пораките се нејасни. Слушањето вклучува не само напор да се декодираат вербалните пораки, туку и да се интерпретираат невербални знаци како што се изразите на лицето и физичката положба.

Исто така, треба да му покажете на лицето што зборува дека слушате преку невербални знаци, како што се одржување контакт со очите, климање со главата и насмевка, согласувајќи се со кажување „Да“. Кога слушателот ги дава овие знаци, клиентот обично ќе се чувствува помирно и полесно, отворено и искрено ќе комуницира.

Има три чекори за активно слушање:

- Слушај: Се фокусираат на слушателот. За што зборува тој/таа?
- Прашање: Целта на овој чекор е прво да покажете дека внимавате второ да собирате информации и трето да имате појаснувања. На овој чекор поставувате отворени прашања.
- Одговори: Кога ќе одговорите, можете да
 - Размислете за кажаното, одразете ги чувствата на говорникот.
 - Повторно-претставете ги главните идеи и чувства
 - Појасните-со поставување прашања или повторување на погрешно толкување за да се принуди говорникот да објасни дополнително.
 - Сумирајте ги нивните зборови гласно или во вашата глава. Повторувањето на она што тие го кажале ви помага да бидете сигурни дека имате точно разбирање. Обидете се да го сторите тоа со свои зборови за да го зголемите вашето разбирање за она што тие го кажале.

Невербални и вербални знаци на вештини за активно слушање

Не е убаво да знаеш дека разговараш со некого, а тој не те слуша. Постојат неколку едноставни чекори што можете да ги преземете за да му дадете на говорникот до знаење дека активно слушате

Невербални знаци на активно слушање

Луѓето кои слушаат веројатно ќе покажат барем некои од овие знаци. Сепак, овие знаци можеби не се соодветни во сите ситуации и во сите култури.

Насмевка – Насмевките покажуваат дека слушателот обрнува внимание на она што е кажано или како начин на согласување или покажување среќа за пораките што ги добива. Во комбинација со климање со главата, насмевката може да биде многу силна за да потврди дека пораките се слушаат и разбираат.

Контакт со очи – нормално и обично е охрабрувачки за слушателот да биде следен со поглед од соговорникот. Сепак, контактот со очите може да биде застрашувачки. Комбинирајте контакт со очите со насмевки и други невербални пораки за да го охрабрите соговорникот.

Држење на телото – може да каже многу за испраќачот и примачот во меѓучовечките интеракции. Внимателниот слушател има тенденција да се наведнува малку напред или настрана додека седи. Други знаци на активно слушање може да вклучуваат мало наведнување на главата или потпирање на главата на едната рака.

Одвркање – активниот слушател нема да биде расеан и нема да гледа во часовникот, да си игра со косата и друго.

Вербални знаци на активно слушање

Позитивно засилување – ова може да биде силен сигнал за внимателност, но преголемата употреба може да биде досадна за говорникот. Повремените зборови и фрази, како што се: „многу добро“, „да“ или „навистина“ ќе покажат дека обрнувате внимание.

Помнење – обидете се да запомните неколку клучни точки, како што е името на говорникот. Може да помогне да се поддржи она што е кажано дека е и разбрано. Сеќавањето на детали, идеи и концепти од претходните разговори докажува дека вниманието се задржало и веројатно ќе го поттикне говорникот да продолжи.

Прашување – слушателот може да покаже дека обрнувал внимание поставувајќи релевантни прашања и/или давајќи изјави со кои се надоврзува на кажаното или помагаат да се разјасни што кажал говорникот. Со поставување на релевантни прашања, слушателот исто така помага да се зајакне чувството дека има интерес за она што го кажува говорникот.

Појаснување – ова вклучува поставување прашања на говорникот за да се осигура дека е примена точната порака. Појаснувањето обично вклучува употреба на отворени прашања што му овозможуваат на говорникот да се доискаже за одредени точки, доколку има потреба.

Управување со конфликти

Вработените во кујната/ресторанот често се во конфликт со нивните колеги или со нивните клиенти. Ова може да се должи на различни потреби, мислења и цели.

Вработените кои се во конфликт може да станат помалку склони да работат заедно и да соработуваат. Вработените кои се во конфликт со своите клиенти, и не се способни да го решат овој конфликт, на крајот ќе ги изгубат овие клиенти.

Луѓето може да имаат различни пристапи за справување со предизвикувачка ситуација, но не секој збир на однесувања ќе биде ефективен на долг рок. Постојат три различни пристапи за справување со конфликти:

Агресивно однесување (јас победувам – ти губиш). Одлуката за решавање на конфликтот на агресивен начин може да ви помогне да ги постигнете вашите цели на краток рок, но пристапот најверојатно ќе предизвика отуѓување од другите, чувство на фрустрација, огорченост и изолација. Агресивно однесување се карактеризира со:

- Потреба да ги изразите своите чувства, потреби и идеи на сметка на другите
- Стоење во одбрана на вашите права, но игнорирајќи ги правата на другите
- Пораки кои често се испорачуваат на непријателски и самоуништувачки начин

Агресивниот пристап им наштетува на односите и ја намалува довербата. Агресивниот пристап кон управувањето со конфликти може да го оштети вашиот однос со другата страна.

Пасивно однесување (јас губам – ти победуваш). Може да изберете да ги избегнете непријатните ситуации предизвикани од конфликт. Меѓутоа, кога не ја изразувате својата позиција, вашите потреби не се задоволени. Ова може да доведе до фрустрација и акумулација на гнев.

Пасивното однесување се карактеризира со:

- Не изразување на сопствените чувства, потреби или идеи
- Игнорирање на сопствените права
- Дозволување на другите да ги прекршуваат
- Инхибиции и самоодрекување кои резултираат со анксиозност, разочарување, лутина и незадоволство

Пасивниот пристап за справување со конфликти може да влијае на вашиот кредибилитет и да ја доведе во опасност вашата репутација.

Асертивно однесување (јас победувам – ти победуваш). Асертивниот одговор покажува почит и кон вас и кон другите. Ја изразувате својата позиција, потребите и чувствата со почит и отворате дијалог со другата личност.

Асертивно однесување може да се карактеризира со:

- Изразување на вашите чувства, потреби и идеи
- Стоење во одбрана на вашите легитимни права на начини кои не ги нарушуваат правата на другите
- Чувство на самодоверба и самопочит и намалување на конфликтот

Одговарањето на конфликтот на асертивен начин ја зголемува веројатноста за постигнување на вашите цели. Дури и ако резултатите првично не се совршени, овој пристап води до чувство на самопочит затоа што сте директни. Самодовербата се подобрува и односите стануваат поотворени и искрени. Кога конфликтот се управува асертивно, тој може да има позитивно влијание и да се искористи во ваша корист на работното место.

Па, кое од трите однесувања треба да го имате?

- Дали се однесувате пасивно?
- Дали сакате да победите и не ви е гајле дали другиот ќе загуби?
- Дали мислите дека е себично да се каже што сакате?

- Дали се грижите дека ако одбиете да направите нешто, тогаш луѓето нема да ве сакаат?

Асертивност е однесување или вештина што ви помага јасно и со сигурност да ги комуницирате вашите чувства, потреби, желби и мисли, притоа признавајќи ги потребите на другите.

Наведете ги вашите мислења

Асертивноста значи дека сте способни да ги искажувате своите мислења без да се чувствувате самосвесни, како и да можете отворено да ги изразите своите емоции.

Почитувајте ги правата

Во исто време, ќе ги цените другите, почитувајќи го и нивното право на мислење. Преку ефективна, асертивна комуникација ќе можете да се искажете како сакате да продолжите понатаму.

Конфронтација

Бидете љубезни, концизни и вклучете ги следните елементи: природата на проблемот; како тоа влијае на вас; како се чувствувате за тоа; што сакате да промените. Бидете подготвени да преговарате доколку е потребно за да дојдете до разрешница.

Такт и предвидливост

Со користење на тактичност и предвидливост и со вложување напор да ја видите другата гледна точка и да ја признаете, ќе се ставите во позиција на сила. Бидете подготвени да понудите компромис ако тоа се вклопува во она што сакате да го постигнете.

Асертивност, агресивност и пасивност

Вежбајте да кажувате не

Биди искрен. Ако знаете дека ви доаѓа некое несакано барање, вежбајте однапред да кажете не. Доколку е потребно, користете ја „Техниката на самоувереност на скршени записи“ каде што постојано ја повторувате вашата изјава нежно, мирно и упорно.

Не отфрлање

Не мешајте одбивање барање со одбивање на лицето кое го поднесува барањето. Повеќето луѓе со задоволство прифаќаат искрено „не“ доколку тоа е соодветно изразено. Првиот пат ќе биде најтежок!

Асертивна личност треба да има соодветен говор на телото:

- Треба да стоите исправено на опуштен начин со гестови со отворени раце.
- Опуштете ги цртите на лицето и воспоставете цврст и директен контакт со очите, со кого и да комуницирате.
- Изразите на вашето лице не треба да даваат мешани пораки, затоа, ако сте задоволни, можете да се насмевнете, ако не сте, тогаш се муртите
- Ако сте задоволни, насмејте се, но ако не сте толку задоволни од тоа како стојат работите, слободно намуртете се.
- Покажете подготвеност да истражувате други решенија освен вашите, доколку е потребно.

Поттикнување

Понекогаш е потребно само малку охрабрување.

Измерете ги трошоците. Кажувајќи им на другите луѓе како се чувствувате, исто така, им олеснува да ги соопштат своите чувства со вас.

Асертивноста е да се признае дека сите мислења се важни

„Јас сум важен, а и вие“

Со тоа што сте пасивни или агресивни ќе изгубите. Асертивноста не чини ништо, но носи многу придобивки.

Пример за асертивно однесување е оној во кујната на ресторанот (извор: <https://www.impactfactory.com/library/assertiveness-and-personal-impact>)

Мојата пријателка Џералдин е брилијантна и страствена готвачка, која работеше во извонреден француски ресторан со тим од околу седум луѓе, во нејзината кујна.

Џералдин е нежна и слатка личност, но под притисок, кога порачките почнуваат да се слеваат, таа може неочекувано да пукне во некого во тимот.

По оваа случка сите се малку нервозни и претпазливи кон неа, мислејќи дека е лута на нив и, следствено, тие прават повеќе грешки.

Лоша навика

Џералдин ме праша еден ден како може да престане, бидејќи тоа се претвора во лоша навика.

Мојот одговор,

„Не можеш, го правиш тоа толку долго што сега е вкоренето во твоето однесување.

Но, постои друг пристап“.

Практичен пристап

Попрактичен пристап..? Дискусија!

Затоа ја прашав зошто мисли дека пукна.

„Затоа што многу се грижам за тоа како сè - изгледа и каков вкус има - и само сакам да биде најдобро што може.

„Добро, следниот пат кога ќе пукнете, веднаш кажете им на сите вклучени дека навистина, навистина се грижите за храната и тоа е резултатот: кога ќе почувствувате притисок, обидете се да не се извинувате“.

„бидејќи не е Ваша намера да навредиш некого“, предложив.

Јас не сум Крос

Така поминаа неколку недели и Џералдин, позната и како Џиџи, засвони за да ми каже дека тоа што им дава на луѓето до знаење што се случува со неа и дека тоа нема врска со нив, функционира доста добро.

Едноставно поседувањето на фактот дека таа пукнала затоа што се грижела и се чувствувала под притисок, се чинеше дека го променило начинот на кој другите ја гледаат.

Најдоброто нешто што се случи вечерва.

Поминаа уште два месеци, Џералдин повторно засвони

„Најдоброто нешто се случи вечерва!

„Тоа беше типична саботна вечер и се вртевме во кујната, нарачки влегуваа, храната излегуваше, притисокот се зголемуваше и јас го почувствував тоа. Знаев што доаѓа.

Но, одеднаш, Џером мојот Соус готвач ги крена рацете во воздух држејќи крпа за чај.

„Колеги!

извика тој

„Џиџи... е на пат да се грижи!!“.

„Настапи момент на тишина - потоа сите се насмеаа, вклучително и јас и целиот тим ги спушти главите и се задлабочи!

КВАЛИФИКАЦИЈА 2-УПРАВУВАЊЕ СО РАБОТА ВО КУЈНА

МОДУЛ 3: ОРГАНИЗАЦИЈА НА ИНТЕРНА ОБУКА (ВО КУЈНА)

Идентификувајте и анализирајте ги потребите за обука во тимот

Еве 8 конкретни чекори како да започнете да ги идентификувате потребите за обука на вработените:

1. Одлучете што се обидувате да постигнете

Одлучете кои се организациските цели и задачи за вашето работно место (кујна) пред да соберете податоци за вработените и да одлучите каде да го поминете вашето вредно време за обука.

Вашите цели може да бидат многу конкретни или донекаде нематеријални (на пример, да ја подобрите услугата за клиентите), но ако можете да размислите за тоа и да ја поставите како цел, ќе можете да се обучите и да го измерите вашиот напредок.

2. Идентификувајте ги знаењата, вештините и способностите потребни за исполнување на вашите цели

Како што една организација расте и се менува, нејзините вработени може да имаат празнини во нивното знаење, вештини и способности.

Едно лице мора да го набљудува квалитетот на работата во кујната и да провери дали е во согласност со прифатените стандарди. Овој чекор внимателно разложува и артикулира што вработените треба да знаат, разберат и се способни да направат на крајот од обуката за да ги исполнат вашите наведени цели. Овие индивидуални цели за учење за поединци помагаат понатаму да ја водите и фокусирате вашата обука.

3. Дознајте што знаат вработените

Гледајќи наназад на чекор два, земете ја вашата листа на знаења, вештини и способности и одредете каде на спектарот спаѓаат вашите вработени. Дајте им шанса на вработените да покажат што знаат (и да идентификуваат празнини) пред да започнете со дизајнирање на вашите програми за учење.

Постојат различни начини да се соберат овие информации, вклучувајќи:

- Користење на прашалници или анкети
- Набљудување на вработените и испитување на нивната работа
- Спроведување на формални проценки

4. Разговарајте со вработените

Најдете време да ги прашате вработените што им е потребно за подобро да ја завршат својата работа. Дали се среќни во својата работа и, ако не, што може да ги направи посреќни?

Охрабрете отворен фидбек одвојувајќи го овој разговор од кој било тип на поставки за човечки ресурси. Јасно кажете дека сте навистина заинтересирани за поставување цели и задачи за обука

што одговараат на потребите на вработените. Ова може да ви помогне да најдете недостатоци што никогаш не би помислиле да ги проверите.

5. Разговарајте со менаџерите

Менаџерите се мостот помеѓу извршните директори и сопствениците и работниците. Затоа, тие имаат уникатна перспектива за тоа како се одвиваат работите во одборот на директори и на улица. Треба да разговарате со вашите менаџери за да видите што мислат дека може да се подобри и што треба да се промени.

6. Одлучете за точките на податоци што се вредни за вашиот тим

Во собраните податоци, на што сакате да се фокусирате? Ако вработените од целиот одбор мислат дека ручекот е премногу краток, но тоа не ја исполнува вашата цел за спроведување на поефикасен процес на наддавање или фактурирање, засега не се фокусирајте на ручекот.

Усогласете ги повратните информации што ги добивате со целите што сте ги поставиле на почетокот на процесот.

7. Оценете ги вашите тековни ресурси за обука

Откако ќе откриете што знаат вработените и ќе ги прифатите ставовите на вашите менаџери, време е да откриете кои ресурси за обука се веќе достапни за да го поддржат напредокот кон вашите цели и што треба да се усогласи (или целосно да се укине).

Ако некогаш сте спроведувале обука на вработените само користејќи некои стари алатки како прирачници, работни книги и PowerPoint презентација, може да размислите за користење технологија што ја прави обуката ефикасна и ефективна. Може да размислите да ги замените вашите стари фолдери со три прстени, PowerPoint презентации и работни книги со:

- Геоодбрамбени можности за учење кои се испорачуваат на одредени работни места
- Искусствено учење
- Модули за микроучење
- Гемификациски средства и методи на испорака

Анализата на вашите потреби за обука може исто така да открие како вработените претпочитаат да учат, што може да го намали отпорот кон обука, откако истата ќе започне.

8. Поврзете го вашиот тренинг со вашите потреби

Усогласувањето на вашата обука со вашите потреби значи да се осигурате дека имате соодветен обем на обука, фокусирана токму на она што им треба на вработените за да ги исполнат вашите организациски цели од првиот чекор. Бидејќи вработените имаат толку малку време за обука, сакате да бидете сигурни дека го добиваат она што им треба, кога им е потребно.

Фокусирајте се на тоа на вработените да им ја дадете потребната обука без куп додатоци кои го одземаат вниманието или одземаат време.


Дури и ако целосно го преправате начинот на кој работите, вклучувајќи ги сите ваши канцелариски и теренски процедури, преземањето на еден по еден логичен чекор ќе ги спречи вработените (и менаџерите и директорите!) да бидат фрустрирани и преоптоварени.

Идентификувајте ги нивните потреби

Според едно истражување, осумте најчести вештини на кујнскиот персонал продолжуваат и во 2022 година.

- Подготовка на храна, 23,2%
- Безбедност на храна, 16,5%
- Позитивен став, 14,0%
- Стандарди за санитација, 12,1%
- Прехранбени производи, 6,5%
- Кујнска опрема, 5,9%
- Ставки од менито, 4,6%
- Други вештини, 17,2%

KITCHEN STAFF SKILLS



ZIPPIA
THE CAREER EXPERT

1 Food Preparation	6 Kitchen Equipment
2 Food Safety	7 Menu Items
3 Positive Attitude	8 Meal Prep
4 Sanitation Standards	9 Customer Service
5 Food Products	10 Staff Members

Менаџерот на кујната, откако ќе ја идентификува потребата од обука на персоналот во кујната, може да му предложи на персоналот обуки кои можат да му помогнат во нивниот професионален развој. Исто така, може да развие план за обука за секој вработен или план за обука за група вработени.

Исправување на сите идентификувани неправилности

Менаџерот обично користи различни методи на оценување или дури и комбинација на методи за оценување со цел да ги оцени вештините и компетенциите на неговиот персонал и да ги идентификува сите неправилности.

Првата алатка за оценување е тест со повеќекратен избор со прашања засновани на сценарија и неговото времетраење може да биде околу 90 минути.

Втората алатка за оценување е Практично набљудување. Ова може да биде тричасовно набљудување на вработениот во неговата работна средина при што вработениот подготвува храна во кујната и ја послужува.

Третиот метод на оценување е Набљудување на кулинарски предизвик. Ова може да биде 2 часовно набљудување во контролирана средина. Вработениот треба да подготви Главен оброк – од менито на организацијата, како и Десерт од менито. И оброкот и десертот мора да се приспособат за да ја одразуваат побарувачката / сезоналитетот.

Менаџерот може да разговара и да соработува со други специјалисти, мајстори, ентузијастички за готвење во својата област за да го добие нивното мислење за методите на оценување. Тој/таа може да организира кратки групни сесии за бура на идеи за да разговара со нив повеќе за правичноста и валидноста на методите за оценување и да размислува за новите методи на оценување.

Ако се појават какви било неправилности, тој мора да се обиде да ги исправи преку обука еден на еден тренинг или преку групна обука.

Подгответе и спроведете обука

Сопствениците на мали и средни претпријатија понекогаш го немаат потребниот буџет и/или ресурси за ефективно да ги обучуваат вработените.

Следењето на овие пет чекори за обука еден на еден или за групна обука останува ефикасен и податлив начин за воведување и брзо вклопување на вработените.

Дефинирајте ја работата

Веќе сте ги прегледале нивоата на знаење, вештини и способност на вработените и знаете на кои работни задачи треба да се фокусирате за време на обуката еден на еден или за време на групната обука.

Подгответе се да обучувате

Наведете ги областите на одговорност и процедурите за завршување на секоја задача. Дobar начин да се пренесе оваа информација е да се создаде програма за обука. Без евиденција на важните задачи, вработениот добива неправеден товар да ги преземе проблематичните области, а новиот вработен не е во добра позиција да знае кои информации не се дадени.

Кога се подготвувате за обучување, исто така е важно да го изберете вистинскиот тренер. Менаџерите често ги избираат своите вработени со најдобри перформанси за да обучуваат други вработени. Оние кои добро се снаоѓаат во својата работа, сепак, не се нужно добри во објаснувањето што е тоа што ги прави толку ефективни. На крајот на краиштата, ако вештините им доаѓаат природно, можеби не размислувале многу за тоа како да ги развијат.

Тренерот треба да ја дизајнира и организира содржината за обука следејќи ги чекорите подолу:

1. Поставете ги целите на обуката на јасен, краток и концизен начин. Определете ги целите на обуката. Меѓу целите ќе бидат збогатување на знаењата, надградба на вештини и подобрување на ставот
2. Дефинирајте ги клучните концепти на програмата или модулот за обука. Одредете ја структурата на модулите. Тој ќе треба да одлучи за модулите на обуката и ќе треба да ги утврди практичните и теоретските делови. Тој ќе треба да се погрижи да има поврзаност и кохезија

помеѓу модулите. Тој мора да се погрижи да постои интерактивност помеѓу едукативниот материјал и обучуваниот.

3. Дизајнирајте го почетниот состанок . За време на овој состанок тој ќе треба да изведе мразокршач, а потоа ќе мора да ја анализира целта на обуката и нејзините цели.
4. Дизајнирајте го финалниот состанок. За време на овој финален состанок, тренерот ќе ја сумира содржината на обуката, ќе ги презентира клучните заклучоци од обуката и учесниците ќе ја евалуираат обуката.

Спроведете обука

Обучувачот треба јасно да ги пренесе целта и целите на обуката на вработениот и вредноста на обуката за нив. Обучувачот исто така ќе треба да истакне дека вработените имаат клучна улога во развојот на организацијата и се вредни.

Вработените ќе имаат различни стилови на учење. Тие учат преку слушање, гледање и/или правејќи.

Има многу техники за обука кои тренерот може да ги користи за време на неговиот тренинг, а тие се:

- Предавање/Презентација

Обучувачот ја презентира темата со употреба на презентација на Microsoft PowerPoint. На крајот од секој модул, специјализантите треба да направат неколку вежби и да постават било кое прашања.

- Дискусија
- Работа во групи
- Искусствена работилница

Искусственото учење е ангажиран процес на учење во кој учениците „учат правејќи“ и размислувајќи за искуството. Активностите за искусствено учење може да вклучуваат, но не се ограничени на, практични лабораториски експерименти, пракси, практикуми, теренски вежби, студирање во странство, додипломски истражувања и студиски изведби.

Добро планираните, надгледувани и оценети програми за искусствено учење може да стимулираат академско истражување преку промовирање на интердисциплинарно учење, граѓански ангажман, развој на кариера, културна свест, лидерство и други професионални и интелектуални вештини.

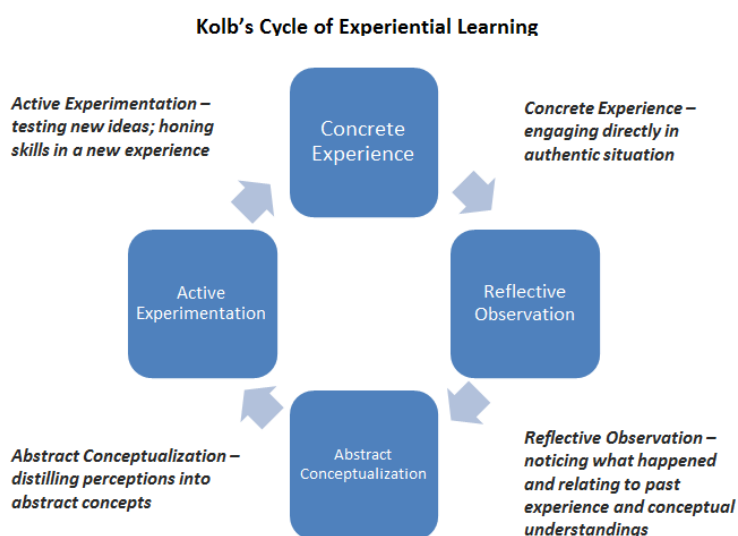
Учењето кое се смета за „искусствено“ ги содржи сите следни елементи:

- Рефлексија, критичка анализа и синтеза.
- Можности за студентите да преземат иницијатива, да донесуваат одлуки и да бидат одговорни за резултатите.
- Можности за студентите да се вклучат интелектуално, креативно, емоционално, социјално или физички.
- Дизајнирано искуство за учење кое вклучува можност да се учи од природни последици, грешки и успеси.

Како функционира ова?

Циклусот на учење на Колб (1984) го прикажува процесот на искусно учење (види слика подолу). Овој процес вклучува интеграција на:

- знаење – концепти, факти и информации стекнати преку формално учење и минатото искуство;
- активност – примена на знаењето во „реалниот свет“ амбиент; и
- рефлексивност – анализа и синтеза на знаење и активност за создавање на ново знаење“



- Литературна критика
- Играње улоги

Оваа техника обично се изведува со учесник и фасилитатор (или тренер), каде што на секој му е дозволено да одигра различни потенцијални работни сценарија.

Овој метод е најефективен во индустриите кои бараат интеракција со клиент или муштери, бидејќи им овозможува на вработените да вежбаат справување со тешки ситуации.

- Симулација

Симулациите се ефикасна техника за обука за полиња кои бараат специфичен сет на вештини за ракување со сложени машини. Успешните симулации ги одразуваат реалните работни ситуации и им овозможуваат на учесниците да ги решат прашањата со кои најверојатно ќе се соочат на работното место.

- Студија на случај

Студијата на случај може да помогне да се развијат аналитички вештини и вештини за решавање проблеми. На обучуваните им се дадени сценарија, реални или замислени, кои прикажуваат вообичаени работни ситуации. Самостојно или во група, од вработените се бара да го анализираат случајот и да дојдат до идеални решенија и сценарија.

- Бура на идеи
- Практична вежба

Тренерот треба да користи комбинација од техниките за обука споменати погоре со цел обуката да биде поефективна. На пример, тој треба да подготви едноставни и јасни презентации за секоја задача. Тренерот исто така, секогаш кога е можно, треба да подготви работна станица за вежби што обезбедува оптимални услови за учење. Тој исто така може да користи техника на обука за играње улоги, студија на случај и искусствено учење за време на обуката со цел да се зголеми вклученоста на вработените во обуката.

Некои техники за обука може да не се погодни за одредени групи. Затоа, тренерот треба да биде флексибилен. Ако забележи дека техниката што ја користи не дава ефект на неговата група, тогаш мора веднаш да употреби друга техника за обука.

Јазикот кој се користи од страна на обучувачите треба да биде едноставен и јасен. Тој треба да зборува на јазикот на својата публика.

Тренерот треба да го примени принципите за управување со тимот и поттикнување. Овие принципи се: еднаков третман на слушателите, справување со различни типови на учесници, премостување на разликите, соочување со противење, интеракција и мотивација.

Тој треба да создаде добра средина за учење. Ова треба да биде доверлива и креативна средина, средина во која секој може да учествува и слободно да го изразува своето мислење, средина во која има тимски дух.

Тренерот мора да користи орална комуникација ефективно.

Тренерот треба да:

- Користе топол, пријателски тон за да оставите позитивен впечаток
- Поставува отворени прашања кога е соодветно за да изгради однос
- Зборува со доверба
- Зборува јасно и дава објаснување за она што го кажува
- Има добро излагање
- Не биде зависен од своите белешки

Тренерот исто така мора ефикасно да користи јазик на телото.

Тренерот треба да:

- Биде опуштен, има отворен говор на телото (да избегнува да го вкочанува своето тело или да ги прекрстува рацете)
- Биде свесен за своите изрази на лицето; одржувајќи контакт со очите и кога зборува и кога слуша и да одржува блага насмевка за да покаже топлина и интерес
- Избегнува отргнувачки или агресивни гестови како покажување со прст, нервоза, играње со коса или тапкање
- Внимава на своето држење; да стои исправено и да не се наведнува кога седи; целта е да се проектира доверба, енергија и авторитет

Тренерот треба да раководи со групата во секоја фаза од обуката. Тој, исто така, треба да се погрижи сите учесници да бидат третирани подеднакво и, во случајот, тој забележува дека на учесник му е потребен специфичен третман за време на обуката, тој може да организира состанок со него еден до еден за да разговара со него за начините да се направи обуката подобра и поефективна за него, како и начини за исполнување на резултатите од учењето.

Во случај да се појави конфликт за време на обуката, тренерот мора да се обиде да го реши без да ѝ наштети на групата и напредокот на обуката.

За да решите конфликт, мора да ги следите следниве чекори:

1. Разјаснете кој е изворот на конфликтот

Првиот чекор во решавање на конфликтот е пронаоѓање на неговиот извор. Дефинирањето на причината за конфликтот ќе ви овозможи да разберете како воопшто се појавил проблемот. Дополнително, ќе можете да ги натерате двете страни да се согласат за тоа што е несогласувањето. И за да го направите тоа, треба да разговарате за потребите кои не се задоволени од двете страни. Исто така, треба да гарантирате меѓусебно разбирање. Погрижете се да добиете што е можно повеќе информации за перспективите на секоја страна. Продолжете да поставувате прашања додека не се уверите дека сите конфликтни страни го разбираат проблемот.

2. Најдете безбедно и приватно место за разговор

3. Слушајте активно и оставете секој да го каже своето

Откако ќе ги натерате двете страни да се сретнат на безбедно и приватно место, секоја од нив нека има можност да ги пренесе своите ставови и перцепции во врска со предметното прашање. Дајте и на секоја страна еднакво време да ги изрази своите мисли и грижи без да ја фаворизирате другата. Прифатете позитивен и асертивен пристап додека сте на состанокот. Доколку е потребно, поставете основни правила. Преземањето на овој пристап ќе ги охрабри двете страни да ги артикулираат своите мисли на отворен и искрен начин, како и да ги разберат причините за конфликтот и да идентификуваат решенија.

4. Истражете ја ситуацијата

Откако ќе ги слушнете грижите на двете страни, одвојте време и истражете го случајот. Не прејудуирај и не донесувај конечна пресуда врз основа на она што го имате. Копајте подлабоко и дознајте повеќе за случувањата, вклучените страни, проблемите и како се чувствуваат луѓето. Водете индивидуален и сигурен разговор со вклучените и слушајте внимателно за да бидете осигурни дека ги разбирате нивните гледишта.

5. Определете начини за исполнување на заедничката цел

Откако ќе го разјасните изворот на конфликтот, ќе разговарате со двете страни и ќе ја испитате ситуацијата, треба да седнете на маса со двете страни и да разговарате за заедничките начини кои можете да ги спроведете за да ја исполните заедничката цел, а тоа е управување и решавање на предметот. Слушајте, комуницирајте и размислувајте заедно додека не ги исцрпите сите опции

6. Договорете се за најдоброто решение и утврдете ги одговорностите што ги има секоја страна во резолуцијата

Откако ќе ја испитате ситуацијата и ќе ги одредите начините преку кои можете да го решите проблемот, двете страни треба да изготват заклучок за најдоброто решение за проблемот. И за да се договорите за најдоброто, треба да ги идентификувате решенијата со кои секоја страна може да живее.

Конечно, обучувачот треба да им даде на слушателите едноставен прирачник за употреба кој ги опфаќа важните терминологи, административни процедури и најдобри практики. Овој прирачник ќе биде многу корисна алатка за слушателите и тие ќе можат да се повикаат на него кога ќе имаат прашање.

Поттикнување на повратни информации

На крајот од обуката, обучувачот ќе побара од слушателите да пополнат формулар за евалуација со цел да се оцени обуката (програмата за обука, материјалот за обука опфатен за време на обуката, техниките за обука што се користат за време на обуката, опремата што се користи за време на обуката, знаењето и пристапот на обучувачот). На овој формулар за евалуација, слушателите можат да додадат дополнителни коментари во врска со обуката и исто така доколку сакаат, да дадат какви било предлози.

Обучувачот треба да ги поттикне слушателите да додаваат коментари и предлози бидејќи тоа ќе биде вреден придонес за него и ќе помогне да ги подобри идните обуки.

Тренерот исто така може да обезбеди евалуација на слушателите за нивните перформанси за време на обуката.

Следете често

Обучувачот по обуката може да закаже состаноци за проверка, за да процени како работникот работи на својата работа.

Обучувачот мора да запомни да го документира напредокот на вработениот што е од клучно значење во процесот на ревизија на перформансите на неговиот вработен, и да му даде посебно признание кога тој или таа работи особено добро.

Со примена на овие чекори, можете ефикасно и ефективно да ги обучувате вашите вработени. На патот, ќе поттикнете важен однос ментор-менториран, како и посилено чувство за тимска работа. Во меѓувреме, вашиот бизнис ќе биде на пат да изгради персонал од ѕвезди!

Одржување на безбедноста на работното место

Менаџерот на кујната мора да ги знае опасностите во кујната и начините да ги избегне овие опасности.

Опасности во кујната и најдобри практики за избегнување на овие опасности:

- Повреди од предмети
- Се лизга, се сопнува и паѓа
- Изгореници
- Повреди од прекумерен напор
- Хемикалии/прочистувачи
- Електрични

■ Ладни температури

Повреди од предмети вклучуваат исеченици од ножеви, повреди од кујнски машини, а исто така и повреди од налетување на работи.

Безбедност на нож

- Користете го вистинскиот нож за работата
- Секогаш користете соодветна даска или блок за сечкање
- Проверете дали ножот е остар
- Носете само еден нож во исто време, врвот свртен надолу покрај вас и сечете наспроти вашето тело
- Чувајте ги ножевите безбедно во обвивки за ножеви или соодветни рамки
- Држете го ножот со посилната рака
- Во спротивен правец од телото, сечете, дерете или откостувајте
- Кога не користите ножеви, ставете ги во решетка со остриот раб подалеку од вас
- Откако ќе употребите нож, веднаш исчистете го или ставете го во машина за миење садови. Никогаш не оставајте нож да кисне во мијалник со вода.
- Користете заштитна облека како што се ракавици отпорни на сечење
- Никогаш не користете ножеви со оштетени рачки или сечила
- Не се расејувајте додека користите нож
- Не обидувајте се да фатите нож што паѓа
- Никогаш не давајте нож некому. Спуштете го на работната површина и нека го земат.

Кујнски машини

- Секачи и сецкачи
- Штитниците мора секогаш да бидат на место. Никогаш не работете со отворени сечила.
- Секој ден, тестирајте го прекинувачот за безбедносно блокирање што го исклучува напојувањето кога капакот е подигнат
- Користете само пластични алатки за продолжување, како што се шпатули за да поставите или отстраните храна од машината за сечење
- Никогаш не обидувајте се да ја исчистите машината освен ако прекинувачот за напојување е исклучен и кабелот е изваден од штекерот. Машините имаат необичен начин да се вклучат „случајно“ додека се чистат.
- Чувајте ја косата, облеката, накитот, прстите, рацете и ракавиците подалеку од опасните подвижни делови за сечење
- Контактирајте со надзорникот ако штитникот е оштетен или недостасува
- Следете ги упатствата на производителот за работа, чистење и одржување на опремата

Сечачи

- Користете го додатокот за транспортер за храна и држете ги рацете подалеку од сечилото во секое време - особено кога фаќате производи што се сечат. Не поставувајте со рака намирници за сечење.
- За чистење, исклучете го напојувањето, поставете го тркалцето за сечење на нула, а потоа отстранете го штитникот. Користете лажица со крпа завиткана околу едниот крај за да го исчистите сечилото, работејќи од центарот кон надвор. Идеално, носете метална мрежа или ракавици Kevlar® кога го чистите сечилото. Ако овие не се достапни, покријте го работ на сечилото со густа крпа додека го ротирате, за да ја заштитите вашата гола рака.

Миксери

- Бидејќи повеќето сечила на миксер не можат целосно да се заштитат, избегнувајте широки ракави на кошула, вратоврски или што било што би можело да се заглави во агитаторот
- Никогаш не обидувајте се да ги избришете страните на садот, да ја прилагодите машината или да ја извадите чинијата додека машината работи
- Кога чистите, исклучете го напојувањето и исклучете го кабелот за да спречите случајно работење

Остри површини

- Внимавајте кога ги движите рацете по која било површина, особено онаа што не ја знаете или не можете да ја видите
- Фрлете ги скршените или поткршени стаклени садови

Се лизга, сопнува и паѓа

- Чувајте ги подовите и скалите чисти, суви и нелизгави
- Чувајте ги подовите и скалите чисти од остатоци и препреки
- Погрижете се подовите да немаат оштетувања кои би предизвикале сопнување, како што се подигнати или скршени делови
- Исчистете ги подовите со препорачаната количина на производ за чистење во вода или течност за чистење, за да се осигурите дека маснотијата и другите лизгави материи се отстранети. Користете чисти џогери за да не шират маснотиите.
- Користете висоци отпорни на лизгање за полирање и третирање на подот
- Погрижете се теписите, чергите и подните подлоги да немаат дупки, лабави конци, лабави рабови и испакнатини што може да предизвикаат сопнување
- Користете соодветни предупредувачки знаци за влажни подови и други опасности
- Погрижете се да има соодветно осветлување насекаде
- Погрижете се скалите и подножјето да се исправни и да имаат нелизгачки површини
- Ако испуштите или истурите нешто, исчистете го. Ако забележите опасност, веднаш отстранете ја или исчистете ја, ако е можно. Ако не е можно сами да се грижите за опасноста, веднаш пријавете ја кај вашиот претпоставен.
- Одете - не трчајте
- Обележете ги нишачките врати со знаци за влез и излез или дефинирајте стандардни модели на движење или сигнали за да избегнете судири
- Носете чевли со затворени пети со ѓонови отпорни на лизгање и ниски потпетици
- Користете подлоги што не се лизгаат. Чувајте ги подлогите чисти и прицврстени на своето место.
- Елиминирајте ги натрупаните или попречените работни места



Скали и столици за качување

- Проверете ја скалата пред и по секоја употреба
- Одбијте скала ако има лабави, скршени или недостасуваат скалила; лабави шарки; или лабави или исчезнати завртки или навртки. Поправете ги или исфрлете ги неисправните скалила.
- Поставете барикади и предупредувачки знаци кога користите скала околу топли течности, на врата или премин
- Исчистете калливи, мрсни или лизгави обувки пред да се качите на скала
- Свртете се кон скалата кога се качувате или симнувате и кога работите од неа. Никогаш не газете на првите две скалила.
- Чувајте го центарот на вашето тело во рамки на страничните шини и никогаш не пречекорувајте
- Лоцирајте ја скалата на цврсто подножје користејќи стапала отпорни на лизгање или сигурно блокирање или некој нека ја држи скалата
- Користете став од три точки, постојано држејќи ги двете стапала и барем едната рака на скалата



Скалите

- Уверете се дека скалите се добро осветлени
- Чувајте ги скалите чисти, без пречки
- Користете огради
- Кога носите товар нагоре и надолу по скалите, внимавајте товарот да не ви го блокира видот
- Пријавете ги опасностите од сопнување на вашиот претпоставен и поставете знаци за предупредување

Соодветните обувки помагаат да се намалат лизгањата, сопувањата и падовите

- Носете чевли отпорни на лизгање. За влажни површини, ѓонот треба да има добро дефинирана шарка бидејќи повеќе рабови ќе обезбедат подобро држење.
- Не носете чевли кои се валкани или истрошени, бидејќи тоа влијае на нивната отпорност на лизгање. За да ги зачувате чевлите, оставете ги на работа и носете други чевли до и од работа.
- Носете ниски чевли или без потпетици
- Носете чевли или чизми со внатрешни челични капачиња ако кревате и носите тешки предмети
- Носете обувки што се затворени на прстите и немаат перфорирани шари

- Избегнувајте порозни ткаенини како што е платно, кое нема да ги заштити вашите стапала од излеана течност и изгореници

Изгореници

- Претпоставете дека сите тенџериња и тави и метални рачки се жешки. Допирајте ги само кога сте сигурни дека не се жешки или кога користите соодветни ракавици.
- Организирајте го работното место за да спречите контакт со жешки предмети и пламен
- Чувајте ги рачките на тенџерињата подалеку од жешки горилници
- Погрижете се рачките на тенџерињата и тавите да не штрчат од шанкот или шпоретот за готвење
- Користете суви држачи за тенџере, ракавици и ракавици за рерна, соодветни за ракување со жешки предмети. Користете долги ракавици за длабоки печки.
- Користете само препорачани поставки за температура за секој тип на готвење
- Следете ги упатствата за работа на производителот
- Полека отворете ги славините за топла вода и топла течност за да избегнете прскање
- Подигнете ги капаците отворајќи од себе, за да не се изгорите со пареата која излегува
- Чувајте ги запаливите предмети подалеку од пламен. Не чувајте крпи за садови во близина на вашата опрема за готвење и бидете сигурни дека вашите вработени не носат широка облека што може да се запали.
- Знајте како да изгаснете оган од масноти. Не користете вода за гаснење на оган од масноти. Наместо тоа, покријте го пламенот со метален капак и исклучете го изворот на топлина. Користете апарат за гаснење пожар ако пожарот опстојува.
- Знајте како да користите противпожарен апарат. Погрижете се секој од вашите вработени да знае како правилно да се користи противпожарен апарат. Дополнително, секогаш заменете го апаратот за гаснење кога е поминат рокот.
- Имајте план за евакуација. Чувајте го овој план објавен некаде каде што секој може да го види.
- Знајте како да ги исклучите вашите извори на енергија.

Специјални совети за фритези

- Исушете ја влажната храна и исчеткајте ги или истресете ги вишокот ледени кристали со чиста хартиена крпа пред да ја ставите во корпата за пржење. Влажната храна прска и предизвикува пареа.
- Носете ракавици за да ги заштитите дланките и рацете од прскање



- Никогаш не полнете ги корпите за пржење повеќе од половина
- Нежно кревајте ги и спуштајте ги корпите за пржење
- Не стојте премногу блиску и не се наведнувајте над врело масло
- Чувајте ги течностите и пијалоците подалеку од фритези
- Следете ги упатствата за додавање маснотии или масло
- Ракувајте само со една корпа за пржење во исто време
- Никогаш не чувајте предмети над фритезата што можат да паднат во врело масло
- Никогаш не цедете и носете врело масло. Почекајте додека не се излади.

Прекумерен напор

Прекумерниот напор вклучува два вида на несреќи – оние поврзани со рачно ракување со контејнери, како што се кутии и картони; и оние поврзани со замор.

Рачно ракување

Клучот за спречување повреди при рачно ракување е да се намалат или елиминираат факторите на ризик. Факторите на работното место поврзани со несреќите при прекумерен напор вклучуваат:

- Непријатно држење на грбот во одреден временски период или повторувано непријатно држење поради лошите висини на работните површини. Примерите вклучуваат посегнување по крпи за маса или залихи храна лоцирани на високи полици.
- Тешко или често кревање, туркање, влечење и носење. На пример, подигање и носење на големо контејнери за храна или земање материјали од недостапни места или нивно ставање на тешко достапни места.
- Долго седење или стоење. Примери на работници со работни места кои може да ги вклучуваат овие ризици се:
- Вработени во предната канцеларија кои седат долго време и работат на компјутери
- Хостеси или други чии должности се состојат од стоење додека ги поздравуваат клиентите и работат на касата

Како да се намалат несреќите при рачно ракување

- Чувајте ги потешките или често користените предмети на висина помеѓу колковите и градите на работниците за да ги намалите непријатните пози при ракување со овие предмети
- Користете колички за да преместувате тешки производи од ладилници и замрзнувачи за складирање
- Користете платформи, шалтери и маси за да го елиминирате повторливото свиткување и кревање од подот
- Дизајнирајте или изменете ги прозорците „за подавање“ во рестораните за да го намалите ризикот од повреда на грбот. Ако се премногу високи или премногу длабоки, работниците се принудени да користат долги дофати и непријатни држење за да земат нарачки.

- Користете помали послужавници за банкет за да го олесните товарот и да го олесните ракувањето со нив
- Чувајте ги чистите чинии на специјални маси со пружини за да го намалите повторливото наведнување
- Додајте потпирач за нозе или подлога на шалтерот за хостесата за да овозможите малку ослободување од долго стоење
- Држете ја главата горе, грбот исправен и кревајте со нозете, а не со грбот
- Доведете го товарот што е можно поблиску до себе пред да го подигнете
- Чувајте го товарот директно пред вашето тело. Движете ги нозете за да се свртите за да не го искривувате грбот.
- Изведете кревање на висина на половината со лактите во и блиску до телото
- Ограничете го кревањето материјали над нивото на рамената

Замор

Ако работата стане избезумувачка на долги периоди, заморот ќе доведе до невнимание, а тоа значи несреќи. Работниците можат да си помогнат со соодветно спиење, правејќи паузи и умерено темпо.

- Работете со партнер кога товарот е премногу тежок
- Кога е можно, распоредете ги активностите кои бараат тежок напор во текот на денот – наместо да ги правите сите одеднаш

Комуникација за хемиска опасност

- Бидете информирани/обучени и погрижете се да ги разберете опасностите од хемикалиите со кои работите
- Знајте каде се наоѓаат безбедносните листи (SDS) и следете ги нивните упатства
- Обележете ги секундарните контејнери, на пр. шишињата со спреј со име на производот и предупредувања за опасност
- Носете соодветна лична заштитна опрема, на пр. ракавици, штитници за лице, очила за прскање итн.



Електрична безбедност

- Знајте ги процедурите за електрични итни случаи
- Знајте како да го исклучите напојувањето во случај на итност
- Чувајте го пристапот до електричните панели чист во секое време

- Користете приклучоци за прекинувачи со заземјување (GFCI).
- Чувајте ги каблите за напојување подалеку од течности и опрема кога ги користите

Безбедност за ладно складирање/замрзнувач

- Знајте ги предупредувачките знаци за студен стрес
- Носете повеќеслојна топла облека и ППЕ како капа, ракавици и гумени чевли што не се лизгаат кога работите во замрзнувачи
- Редовно проверувајте ги единиците за да се осигурате дека никој не е заробен внатре

Менаџерот треба да има процедура која мора да се следи за секоја потенцијална опасност или закана во кујната пријавена од вработен, на пример постапка за користење електрична опрема, постапка за користење остар прибор, постапка за избегнување на исеченици, процедура за одржување безбедни подови, процедура од подигање работи. Сите овие постапки можат да формираат прирачник за процедури што секој вработен во кујната мора внимателно да го прочита и да го следи.

Кога вработен сака да пријави потенцијална опасност или закана во кујната, тој мора да ги следи следните чекори.

Прво, тој ќе мора да разговара со лицето одговорно за здравје и безбедност кога ќе види нешто опасно во кујната или да претпостави дека некое лице може да биде закана за некого или за нечи работи за да пријави. По пријавувањето, тој ќе треба да пополни образец за извештај со сите детали во врска со опасноста/заканата. Потоа, менаџерот на кујната мора да го испита инцидентот и да одлучи кои активности треба да ги преземе за да ја избегне оваа опасност. Раководителот на кујната мора да има Дневник за опасности и закани, кој треба да го пополни со датумот и забележаната опасност и преземеното/ите дејствие/дејствија.

Некои менаџери на кујната исто така може да користат Справување со ризици кој претставува чекор-по-чекор процес за контрола на здравствените и безбедносните ризици предизвикани од опасности на работното место.

Затоа, тие прво треба да ги идентификуваат опасностите. Погледнете наоколу на вашето работно место и размислете што може да предизвика штета (овие се нарекуваат опасности). Размислете за тоа:

- како работат луѓето и како се користат постројките и опремата
- кои хемикалии и супстанции се користат?
- какви безбедни или небезбедни работни практики постојат
- општата состојба на вашите простории

Откако менаџерот ќе ги идентификува опасностите, тој мора да одлучи колку е веројатно некој да биде повреден и колку сериозно може да биде тоа. Ова е проценување на нивото на ризик.

Одлучи:

- Кој може да биде повреден и како?
- Она што веќе го правите за да ги контролирате ризиците

- Кои дополнителни активности треба да ги преземете за да ги контролирате ризиците
- Кој треба да ја спроведе акцијата?
- Кога акцијата е потребна

Тој мора да погледне што прави во моментот, и кои контроли веќе ги има. Мора да се запраша:

- Може ли целосно да се ослободам од опасноста?
- Ако не, како можам да ги контролирам ризиците, така што штетата е малку веројатна?

Ако му требаат дополнителни контроли, тој мора да размисли за:

- редизајнирање на работата
- замена на материјалите, машините или процесот
- организирање на вашата работа за да се намали изложеноста на материјалите, машините или процесот
- идентификување и спроведување на практични мерки потребни за безбедно работење
- обезбедување лична заштитна опрема и осигурување дека работниците ја носат

Тогаш тој мора да ги запише неговите значајни наоди, вклучувајќи.

- опасностите (работи кои можат да предизвикаат штета)
- кој може да биде повреден и како?
- што правите за да ги контролирате ризиците

Тој мора да ги прегледа контролите кои веќе постојат, за да се увери дека тие се во функција. Тој исто така треба да ги прегледа во случај ако:

- контролите може да не се повеќе ефективни
- има промени на работното место што може да доведат до нови ризици како што се промени на:
 - персонал
 - процес
 - употребените супстанции или опрема



ЕРАЗМУС+ ПРОЕКТ:

„КВАЛИФИКАЦИИ
НА ПАЗАРОТ НА
ТРУД – ПАТОКАЗ ЗА
НАМАЛУВАЊЕ НА ЈАЗОТ
ВО КОМПЕТЕНЦИИТЕ
ПОМЕЃУ ОБРАЗОВАНИЕТО
И ПАЗАРОТ НА ТРУД ВО
СЕКТОРОТ HORECA“

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union



102 QUALIFICATION

МОДЕРНИ, ФЛЕКСИБИЛНИ ПАТЕКИ ЗА УЧЕЊЕ – НАСТАВНИ ПРОГРАМИ
И ОБРАЗОВНИ ПАКЕТИ (ОБУЧУВАЧ / УЧЕСНИК) ЗА СЕКТОРОТ HORECA

КУРИКУЛУМ ЗА КВАЛИФИКАЦИЈА 2: УПРАВУВАЊЕ СО РАБОТАТА ВО КУЈНА

Еразмус+ проект: „ Квалификации на пазарот на труд – патоказ за намалување на јазот во компетенциите помеѓу образованието и пазарот на труд во секторот HoReCa“.

Број на проектот: 2020-1-PL01-KA202-082206

Поддршката на Европската комисија за изработката на оваа публикација не претставува одобрување на содржината што ги одразува само гледиштата на авторите и Комисијата не може да биде одговорна за каква било употреба на информациите содржани во неа.

Резултат 2: Модерни, флексибилни патеки за учење – наставни програми и образовни пакети (обучувач / учесник) за секторот HoReCa

Автори:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji – координатор, Радом, Полска

EVACO – Краков, Полска

EDITC LTD – Никозија, Кипар

AKDENIZ UNIVERSITY – Анталија, Турција

Fundación Equipo Humano (FEH) – Валенсија, Шпанија

Самеримпекс ИМПУЛСИ ДОО – Скопје, Република Северна Македонија

Контакт:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ул. Кралицата Јадвига 15

26-600 Радом, Полска

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

ВОВЕД

Главната цел на проектот HoReCa4VET (проект бр.: 2020-1-PL01-KA202-082206) е да го зголеми пристапот до доживотното учење од формална, информална и неформална природа во индустријата HoReCa, преку развивање и имплементирање модели за валидација и сертификација, во согласност со Европската рамка на квалификации.

Проектот HoReCa4VET придонесува за идентификација на резултатите од учењето во рамките на идентификуваните резултати од учењето од страна на работодавците врз основа на моменталната побарувачка на пазарот, како дополнителни професионални вештини во европската димензија, кои може да се стекнат во рамки на три квалификации, како дел од проектот: **Креирање вкусови и украсување јадења; Управување со работата во кујната и менаџмент во индустријата HORECA.**

Квалификациите развиени во проектот може да ги надополнат вештините стекнати како дел од формалното и неформалното образование, бидејќи тоа е одговор на потребите на пазарот на трудот идентификувани во спроведеното истражување.

Резултат на проектот **Модерни, флексибилни патеки за учење - наставни програми и образовни пакети (обучувач / учесник) за секторот HoReCa** се засноваат на развој на обука во работната средина, каскадни, флексибилни патеки за учење, активирање дидактички методи, модерни, иновативни методи на настава, земајќи ги во предвид земете ги предвид спецификите на HoReCa.

При развивањето на резултатот, голем акцент беше ставен на индивидуализацијата на обуката, активните и практични методи на учење, решенијата во организацијата и дидактиката. Методологијата на развиените наставни програми и образовните пакети се фокусираше на најдобрите практики идентификувани во земјите партнери (Кипар, Полска, Шпанија, Република Северна Македонија и Турција). Квалификациите беа структурирани во модули, а за секоја наставна единица беа утврдени резултатите од учењето или професионалните задачи, опишани со групи знаења, вештини и социјални компетенции. Развиените наставни единици и пакети ги земаа предвид специфичностите на земјите-партнери.

Програмата за обука беше заснована на резултатите од анализата на работата на IO1. Програмата ги опишува резултатите од учењето кои може да се постигнат преку учење на работното место.

КВАЛИФИКАЦИЈА 3. МЕНАЏМЕНТ ВО ИНДУСТРИЈАТА НОРЕСА

1. УПРАВУВАЊЕ СО ТИМ НА ВРАБОТЕНИ ВО ОБЈЕКТ (КУЈНА - ХОТЕЛ)

СОДРЖИНА НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА

Вовед

1. Го следи квантитетот и квалитетот на нарачките за работа во кујната и хотелот
2. ГИ СЛЕДИ ПРОЦЕДУРИ ЗА ЧУВАЊЕ НА ХРАНАТА
3. ГО КОНТРОЛИРА СИСТЕМОТ за потрошувачка на храна и пијалоци
4. ВРШИ КОНТРОЛА НА КВАЛИТЕТ И ИНВЕНТАР
5. Логистичка КОНТРОЛА: ПРОЦЕСНА АНАЛИЗА, ДОКУМЕНТАЦИЈА И ПРОЦЕНКА на продуктивноста

ВОВЕД

УПРАВУВАЊЕ СО ТИМ НА ВРАБОТЕНИ ВО ОБЈЕКТ (КУЈНА - ХОТЕЛ)

Не е лесно да се води кујна, има неколку дејства кои се чини дека никогаш не престануваат. Професионален менаџер мора да ги насочува вработените, да го одржува задоволството на клиентите, да гарантира постојан квалитет на храната, да води сметка за залихите и сметководството и многу повеќе. Управувањето со кујната може да се олесни со создавање на сеопфатно разбирање на очекувањата што доаѓаат со водење ресторан, користејќи докажани тактики и оптимизирање на новите технологии.

Должности за управување со кујната

Нема начин да се знае какви предизвици ќе се појават во текот на еден ден во ресторан, но еве неколку од најчестите обврски што можеме да очекуваме да ги имаме на нашата листа на задачи. Подготовката на храната, техниките на готвење, позлата, големината на порциите и контролата на температурата треба да бидат под надзор. Конечно, треба да бидете сигурни дека целата храна ги исполнува стандардите за квалитет и безбедност пред да биде испорачана до потрошувачот. Управувањето со кујната е комплексно и бара менаџерите да бидат вклучени во речиси секој аспект од ресторанот.

- 1- Распоредот на смените во кујната и меѓу работниците е особено тежок во рестораните за време на тивки и зафатени моменти во текот на денот и неделата.
- 2- Работете редовно со готвачот и сопственикот на ресторанот за да правите прилагодувања на дизајнот на менито, понудените јадења и цените.
- 3- Следете ги предизвиците за усогласеноста со здравствениот код, како што се санитарните услови и правилните техники за складирање храна, меѓу другото.
- 4- Следете ги залихите и расходите на неделна и месечна основа, како и сите потребни нарачки за храна.
- 5- Обука на вработените. Ако им се даде соодветна инструкција, дури и сите професионалци во услужниот сектор може да можат да го подобрат прометот и да ги применат вистинските стратегии за продажба за да ја зголемат просечната вредност на сметката.
- 6- По потреба, ажурирајте ја кујнската опрема.

Одговорности на управување со кујната

Одговорностите за управување со кујната за да се обезбедат поефикасни операции и да се подобри профитот се подолу.

Управување со залихи

Инвентарот ги содржи сите состојки потребни за подготовка на менито, како и пиво, вино и алкохолни пијалоци. Иако кујната никогаш не сака да остане без залиха, исто така не треба да

нарачате премногу и да ризикувате да се расипе храната. Ефективното управување со кујната бара развој на здрав план за управување со залихите.

Инвестирање во соодветна опрема

Најновата опрема и технологија достапни за персоналот во кујната и на келнерите ќе помогнат да се оптимизираат операциите и да се намали хаосот. Кога вработените имаат пристап до корисни алатки, тие можат да се концентрираат на она што го прават најдобро.

Одржување на опрема

Рестораните се места со голема фреквенција на движење, па оштетувањето е неизбежно. Следењето на упатствата за чистење и одржување на производителот за да се избегнат скапи трошоци за поправка или замена, ја одржува опремата во добра работна состојба и ја зголемува издржливоста.

Управување со менито

Менаџерите на рестораните треба да соработуваат со другите членови на тимот за да одредат каков тип на храна сака да служи ресторанот. Помало, пофокусирано мени може да помогне да се изгради идентитет на ресторанот, а истовремено да им го олесни животот на вработените. Ова исто така ќе помогне во планирањето на менито и изборот на храна и цени.

Одлуки за вработување

Луѓето ќе одржуваат добро функционирање на ресторанот и кујната, така што ангажирањето на соодветен персонал ќе помогне во создавањето нови јадења, подобрување на процесите и создавање поконструктивна работна атмосфера. Исто така, треба да се потроши одредено време за да се обучат вработените за различни процедури и чекори за сервирање за да се подготват за работа.

Распоред на персоналот

Задржувањето на вработените треба да биде поддржано со паметни техники за распоред откако ќе се формира тимот. На вработените треба да им се остави многу време да се подготват пред да служат. Секој треба да разбере што треба да се направи, кои се целите на денот и која позиција ја има. Мора да се земат предвид и индивидуалните барања за распоредот, а треба дадат бонуси кога нивниот распоред мора да се менува за специјални настани.

Управување со санитарни услови

Одржувањето на кујната чиста и уредна не само што спречува контаминација на храната и гарантира дека ресторанот ги почитува сите здравствени правила, туку и создава попријатна и попродуктивна работна атмосфера за секого.

Суштински вештини за менаџер во кујна

Менаџерите на кујната имаат многу улоги и имаат многу обврски со кои жонглираат. Следниве особини се потребни за успешен менаџер: Успешните менаџери во кујната треба да бидат одлични лидери и администратори, да имаат силна работна етика и да бидат родени лидери. Тие исто така

треба да бидат креативни кога станува збор за развој на бизнисот, да можат да останат смирени под притисок и да имаат страст за готвење.

Управување со кујна

Вработените треба да бидат препознаени и наградени за добро завршената работа. Унапредувањата треба да се даваат само откако ќе се заслужат. Менаџментот мора да ги реши проблемите доколку персоналот не е свесен за целите на ресторанот, нивните специфични одговорности и процедурите за одговорност. Споделувањето на визијата и долгорочните и краткорочните цели како компанија може да помогне да се зближат сите. Кога комуникацијата ќе се прекине и ќе се појави проблем, раководството на кујната мора да слуша со отворен ум и да ги увери вработените дека ќе се решат нивните грижи. Персоналот треба да биде поддржан со програми за обука и други професионални шанси кои ќе направат да се чувствуваат ценети. Треба да им се помогне да ги постигнат целите во кариерата. Менторството може да биде и добра стратегија за помош на персоналот. Понекогаш ресторанската индустрија може да биде тешка и стресна. Менаџерите мора да им помогнат на вработените да избегнат исцрпеност за да останат среќни и здрави.

Менаџерот на кујната треба да го направи работното место безбедно место за работа. Менаџерот треба да присили да ги следи безбедносните препораки и да ги спроведува во случај да се случат повреди во кујната.

Да се биде менаџер на кујна повлекува многу одговорности и бенефиции. Добра идеја е да започнете со тоа што точно ќе знаете што вклучува работата и кои способности ќе треба да ги развие менаџерот на кујната. Технологијата може да му помогне на менаџерот на кујната да ги оптимизира и автоматизира процедурите за да ги олесни домашните работи за сите во тимот. Менаџерот на кујната може ефикасно и без стрес да се справи со кујната доколку се достапни соодветните алатки.

Должности на менаџер на кујна

Управување со кујнскиот персонал и инвентар; надзор на готвењето, сервирање, големини на порции и здравствени и безбедносни практики; обука на персоналот за сите методи на услуга, подготовка на храна и сервирање; управување и планирање распоред на персоналот; соработка со другите членови на лидерскиот тим за да ги прилагодат ставките од менито и цените; ажурирање и одржување на целата опрема; следење на неделните и месечните извештаи. Следете ги сите намирици и залихи, управувајте со ставките од менито и цените, одржувајте опрема, ангажирајте ги правилните луѓе, распоредувајте го персоналот праведно и подеднакво, користете ја целата достапна технологија и наметнете ја безбедноста и хигиената на храната низ ресторанот. Поттикнете рамнотежа помеѓу работата и животот и намалете ги ризиците за побезбедно работно место работејќи напорно за да ги ангажирате луѓето, да воспоставите поддршка и среќна средина, јасно да ги објасните очекувањата и да бидете отворени за повратни информации, да поттикнете рамнотежа помеѓу работата и животот и да ги намалите опасностите.

Управување со персоналот во кујната

Готвачот игра повеќе улоги, вклучително и управување со буџетот, развивање нови оброци, пишување рецепти, цена на рецепти, надзор на готвачи, справување со човечки ресурси и многу повеќе. Сепак, компетентното управување и обука на персоналот во кујната е една од најважните должности на готвачот. Тој/таа би можел да биде најдобриот готвач на светот, но кога станува збор

за послужување, готвачот е добар само како и персоналот околу него/неа. Тој/таа ќе потфрли за време на сервисот ако неговиот/нејзиниот персонал во кујната не е соодветно обучен. Следниве се критични чекори кои ќе ја зголемат ефективноста на управувањето со персоналот во кујната и квалитетот на готвачите:

- Очекувањата и стандардите секогаш треба да се соопштуваат со јасни, специфични термини. Во секое време, давајте јасни, детални насоки во врска со очекувањата и стандардите. Не е јасна инструкција да се каже на персоналот дека тоа го прават погрешно, дека треба да го направат тоа подобро или дека треба да направат да изгледа поубаво. Тој/таа мора да покаже што очекува и да им каже што точно сака и како да го добие тоа.
- Објаснување на одлуките е еден од најефикасните методи за управување со кујнската екипа. Не е доволно само да им кажете: „Направете го тоа затоа што јас го кажав тоа“. Објаснете ја причината и тимот ќе почне да размислува како вас. Готвачот е ментор, едукатор и канал на знаење преку пренесување на „како и зошто“ на кулинарска извонредност на овој начин.
- Не двоумете се ако треба да се пресече. Има случаи кога готвачот мора да нареди на членовите на тимот. Позитивна работа е кога некој поставува прашања затоа што сака да учи. Сосема друга работа е кога некој поставува прашања за да тестира. Тој поединец мора да ја разбере хиерархијата и дека готвачот е надреден.
- Секогаш имајте краток состанок пред послужување за да ја разгледате работата во денот. Дискусирајте за бројот на очекувани гости, големи маси, ВИП маси, модификации на менито, потенцијални проблеми со смените, решенија за тие предизвици итн. Предуслугата е борбена стратегија на смената. Состанокот пред услугата е можност да ги добиете сите на иста страница за денешната услуга и сите потенцијални проблеми. Тоа треба да се направи рано во смената, така што тимот има време да планира и да се подготви.
- Ако смената постои можност да биде напорна, известете го персоналот што е можно поскоро. Ако им се даде однапред известување дека денот ќе биде тежок, им овозможува ментално да се подготват за тоа. Тоа е начин да се подготви тимот да направи се што е во нивна можност за да се докажат, а денот обично ќе тече подобро од планираното.
- Секогаш внимавајте на критиките и поучувањето на вработените. Иако јавното критикување на еден или повеќе од вработените за помали прекршоци може да биде прифатливо како потсетник за другите дека раководството обрнува внимание, императив е менаџерот никогаш јавно да не понижува еден од вработените пред другите. Разликата помеѓу корисна критика и казнено понижување е значајна. Јавната конструктивна критика може да биде остра или хумористична и повремено може да биде како притисок од колегите, но крајниот резултат секогаш мора да биде членот на тимот да го толкува како корисно лидерство.

Разговорите кои се повеќе лични, директни, дисциплински или повредливи секогаш треба да се одржуваат насамо. Никогаш не срамете го членот на тимот пред другите со тоа што ќе го истакнете. Никогаш не треба да има цел или намера да понижите, понижите, доминирате или срамите некого. Наместо тоа, целта секогаш треба да биде да се обучуваат, да се едуцираат и да се поучуваат како да се подобрат во кујната.

- Истакнете ја самодисциплината и вредноста на донесувањето одлуки. Кога некој е казнет вербално, потсетете го дека има избор и дека да се биде подобар професионален готвач потребна е самоконтрола. Изјавите треба да се директни и јасни, зајакнувајќи ги очекувањата и потребата

за дисциплина, истовремено покажувајќи дека менаџментот верува дека тие имаат способност да успеат, но дека на крајот тоа е нивна одлука. Тие треба да имаат можност да го направат тоа правилно или не. Имаат опција да продолжат да работат во кујна или да бидат отпуштени. Оваа стратегија ги зајакнува кујнските стандарди, но исто така ги потсетува дека немањето интерес да ги достигнат е избор што тие го прават. Не сакаме безумни тела кои едноставно ги следат наредбите кога им се наредува. Она што е потребно во кујната е екипа која ќе препознае дека тоа резултира со подобар производ, подобро јадење и подобро искуство за гостите.

- Направете максимални напори за да ги задоволите нивните потреби. Во ресторанската индустрија, исполнувањето на барањата на персоналот за слободни денови е обично огромен потфат, но вреди да се вложи труд. Вработените се свесни дека од нив ќе се бара да работат повеќето викенди, а веројатно и сите празници. И, се разбира, активностите на кои сакаат да присуствуваат (концерти, забави итн.) речиси секогаш се случуваат за време на викендите, кои се најтешките денови за менаџерот да пушти некого. За да имате живот, мора да се обезбеди рамнотежа помеѓу потребите на бизнисот и потребите на вашиот персонал. Ако чувствуваат дека сите ќе добијат одмор за викенд, ќе бидат повеќе склони да работат повеќе. И, за важни настани како што се дипломирањето на детето, семејната медицинска помош, смртта на некој близок итн., немојте да ги терате да избираат помеѓу посветеноста на нивното семејство и лојалноста на нивната работа.

Резиме на позиција

Готвачот ќе биде задолжен за планирање, организирање, управување и надзор на активностите на персоналот во кујната како готвач за настани. Управување со подготовката на храната за сите настани и кетеринг за да се обезбеди висок квалитет и конзистентност.

Покрај тоа, тој/таа ќе биде одговорен за креирање на нови менија, како и подготовка, тестирање, дегустација и одобрување на нови ставки од менито. Одржува ажурирани и точни рецепти, како и трошоците за сите оброци за некој настан. Дополнително, тој/таа ги прегледува менијата за следниот ден и ги одобрува барањата на продавниците за храна и залихи од различни кујнски магацини.

Должности и одговорности на готвач за настани:

1. Ги прегледува нарачките за настаните секој ден и забележете ги сите промени.
2. Ја информира екипата во кујната за претстојните и тековните настани на дневна основа.
3. Ги надгледува и координира сите активности за подготовка на храна што ги спроведуваат готвачите и вработените во кујната.
4. Работи со извршниот готвач, соус готвачот и капетанот на настанот за да го координира производството на храна и сервирањето.
5. Ги поставува приоритетите за денот и доделете им должности за производство и подготовка на персоналот/готвачите во кујната.
6. Обезбедува јасна насока на персоналот со ефективно комуницирање и гласовно и писмено.
7. Спроведува физички попис на прехранбените артикли што ќе се користат во дневниот попис.
8. Му помага на персоналот за продажба, угостителство, забави и други специјални настани во ресторанот/хотелот.

9. Помага во дефинирањето на минималното и максималното ниво на храна, материјали за готвење и снабдување со опрема.
10. Му помага на извршниот готвач во креирањето и имплементацијата на менија за настанот.
11. Ги следи процедурите за контрола на залихите и проверува дали кујната е подготвена за работа следниот ден.
12. Ги надгледува сите операции во кујната секој ден.
13. Спроведува чести прегледи на секоја станица за готвење и насочување на соодветни работници да ги поправат сите недостатоци.
14. Одговорен е за целата опрема и гарантира дека е во добра работна состојба.
15. Задолжен за обезбедување дека целата опрема за кујна се чисти на редовно.
16. Осигурува дека секоја работна површина во кујната е опремена со потребните алатки, материјали и опрема за да одговараат на оперативните и деловните потреби на хотелот.
17. Се грижи за картичките со рецепти, распоредот за производство, советите за серирање и сликите да бидат ажурирани и видливи.
18. Се грижи сите вработени да ги следат рецептите и да се придржуваат до упатствата за работа на хотелот кога подготвуваат ставки од менито.
19. Го информира персоналот за набавка и магацин за барањата на кујната.
20. Го информира извршниот готвач за да разговараат за продажбата и трошоците за храна за да се осигура дека менито останува во рамките на буџетот.
21. Внимава на работата на персоналот во кујната и се грижи сите процеси да се следат според законот.
22. Готвачот треба да делува како пример за соодветно однесување. Тој/таа го обезбедува и одржува нивото на продуктивност на сите готвачи и помошен персонал.
23. Ги надгледува операциите во кујната за време на смените.
24. Им помага на извршниот готвач и менаџерот за набавки во развојот и купувањето менија за настанот.
25. Учествува во унапредувањето и дисциплината на персоналот во кујна.
26. Помага со обука за ставки од менито, вклучувајќи состојки, методи на подготовка и препознатливи вкусови.
27. За сите аспекти на настаните, планира и ги надгледува количините на храна и барањата за служење.
28. Ги одржува соодветните стандарди за подготовка и складирање на храната.
29. Ги проценува нивоата на персонал за да се осигура дека услугата за гости, оперативните барања и буџетските цели се задоволни.
30. Обезбедува усогласеност со сите важечки закони и прописи.
31. Обезбедува дека сите прехранбени производи се ракуваат правилно и се чуваат на соодветна температура.

32. Помага при интервјуирање и регрутирање на членови на тимот на вработените со потребните способности.
33. Ги идентификува барањата за развој на персоналот во кујната и обезбедува обука и менторство за да им помогне да ги подобрат своите знаења и способности.
34. Способен е за планирање и извршување на неколку настани одеднаш.
35. Може да го подобри кулинарското искуство на гостите на настани на редовна основа.
36. Способен е да ги сфатат одговорностите на вработените и да ги исполнуваат должностите во нивно отсуство.
37. Може да помогне при готвење и подготовка на оброци по потреба.
38. Способен е да извршува други одговорности дадени од раководството.

1- ОРГАНИЗИРА И ГО НАДГЛЕДУВА МАГАЦИНСКОТО УПРАВУВАЊЕ СО ПРЕХРАМБЕНИ ПРОИЗВОДИ И ДРУГИ ПРОИЗВОДИ ПОТРЕБНИ ЗА РАБОТА НА КУЈНАТА И ХОТЕЛОТ

1. Го следи квантитетот и квалитетот на нарачките за кујнски и хотелски операции
2. Ги следи процедурите за складирање храна
3. Го контролира системот за потрошувачка на храна и пијалоци
4. Врши контрола на квалитетот и залихите
5. Логистичка контрола: Анализа и документација и проценка на продуктивноста

Ова поглавје започнува со дискусија за залихите и контролата на залихите, но без процесот на набавка, нема залихи, кој го враќа на контрола на залихите по купувањето, нарачувањето, примањето и складирањето на стоката.

ОСНОВНИ ПОСТАПКИ ЗА ЗАЛИХИ

Контролата на залихите е важен аспект на ефективно управување со кујната. Менаџментот ќе може да прави распоред на нарачки за храна, да ги процени трошоците за храна од претходниот попис и да прави промени во ставките од менито доколку е потребно со тоа што ќе знае какви моментални залихи има во даден момент. Можно е да се откријат потенцијални проблеми со кражба и отпад со следење на залихите. Раководството треба да биде заинтересирано за вредноста на залихите во магацинот и кујната.

Инвентар е список на сè што може да се најде во кујната. Инвентарот треба да вклучува производи, суви производи, тенџериња и тави, униформи, алкохол, чаршави и сè друго што чини пари. Производите од кујната треба да се бројат одделно од ресторанот, барот и другите залихи.

Основите на контролата на залихите се исти без оглед на големината на бизнисот. Во поголемите бизниси, повеќе вработени, често и цели тимови, се вклучени во различни фази, додека во мала компанија, целата должност за управување со залихи може да биде на една или две личности. Управувањето со залихите може да се подели на неколку едноставни чекори:

Поставување системи за следење и евидентирање на залихи

Записите за залихите се прават поради различни причини, вклучително и одредување на трошоците за храна и пресметување на процентите на трошоците. Постојат неколку методи за одредување на вредноста на предметите во складирање. Овие методи се потпираат на одржување детална евиденција за тоа колку чинат залихите и кога се добиени. Во малите бизниси, лесно е да се земе здраво за готово контролата на залихите. Можеби само едно или две лица се задолжени за купување, и тие обично се свесни за тоа каква стока е достапна. Ова не ја негира потребата да се проценат купувањата во однос на продажбата за да се види колку успешно кујната управува со трошоците.

Речиси секој метод за контрола на залихи бара време. Понатаму, таквите записи мора да бидат точни и да се ажурираат. Обидот да заштедите неколку часа со намалување на времето

за водење евиденција за залихи може да биде губење пари. Табелата е наједноставниот начин за следење на залихите. Едноставната табела може да ги вклучи сите артикли кои редовно се купуваат, заедно со нивните тековни цени и количината на моментални единици за новиот број на залихи. Цените може да се ажурираат на редовна основа кога фактурите се обработуваат за плаќање, и може да се закаже рачно броење на залихите.

Бидејќи има повеќе поединци вклучени во големи операции, системите мора да бидат пософистицирани. Купувањата може да бидат направени од различен оддел, евиденцијата за залихи ја чува службеник во магаци, и следењето и броењето на залихите поврзани со систем што користи скенери и баркодови, кои потоа би можеле да се поврзат со продажниот систем за менаџерите секогаш да знаат што има на залиха.

Влезен инвентар

Главната цел за да се има стандарден процес за прифаќање на нарачани артикли е да се осигура дека бизнисот го добива токму она што е нарачано. Грешки се случуваат постојано, и ако количината и квалитетот на испорачаните артикли не се споредат внимателно со она што е побарано, може да настанат значителни загуби. Грешки кои би можеле да го чинат ресторанот време и пари се избегнуваат кога внимателно се следат протоколите за прием. Понатаму, добриот систем за примање ги охрабрува добавувачите и вработените во испораката да бидат искрени.

Фактури

Фактурата е најсуштинскиот документ за проценка дали добиените производи се исти со оние што се побарани. Фактурата е детална листа на стоки или услуги кои се доставени до локација за подготовка на храна. Количеството, квалитетот, цената по единица и, во некои ситуации, целиот обем на трошоците што се наплатуваат се наведени на фактурата. Примачот треба да провери дали информациите на фактурата се совпаѓаат со примените артикли со внимателно споредување и проверка. Оваа споредба може да бара мерење и/или броење на предметите.

Примачот треба да ја спореди фактурата со нарачката или со листата за купување секогаш кога е можно. Ова ќе гарантира дека количината и цената на испратените стоки ги исполнуваат спецификациите на формуларот за нарачка. Ако фактурата не се спореди со нарачката кога стоката ќе пристигне, постои ризик да се пропуштат бараните артикли или да се прифатат артикли кои не се купени или се во несоодветни количини.

Понатаму, пред да ја прифати стоката, за да се увери дека е квалитетен, примачот треба да отвори и прегледа кутии со свеж зеленчук и замрзнати производи и да ја потпише фактурата откако ќе се увери дека испораката е точна.

Во повеќето случаи, фактурата се дуплира или триплира, при што оригиналот го чува примачот, а другата копија или копии ги чува возачот за испорака. Откако ќе се потпише, фирмата за испорака повеќе не е одговорна за артиклите и тие сега му припаѓаат на примачот. За какви било несогласувања или грешки треба да му се стави на внимание на возачот, а тој/таа треба да ја потпише фактурата за да ја потврди грешката. Доколку се издаде кредитна белешка, возачот треба да ја запише на фактурата.

Примачот не треба да ја потпише фактурата освен ако е сигурен дека сите прашања се решени и евидентирани. Подоцна потпишаната фактура треба да му се даде на тој што е задолжен за наплата на фактурите на фирмата и да се архивира.

Испораките може да одземат многу време и за кујната/хотелот што прима и за услугата за испорака. Честопати, момците за испорака не сакаат да чекаат додека се завршуваат инспекциите. Во овој случај, од клучно значење е кујната/хотелот и добавувачот да се согласат дека сите проблеми идентификувани по заминувањето на услугата за испорака се на добавувачот, а не на примачите. Испорачаните артикли треба да се стават на назначените локации по потпишувањето на фактурите, а доколку е потребно следење на влезната стока, треба да се врши во исто време.

Излезни залихи

Често се користи внатрешен формулар за излез за евиденција што мора да се чува кога некој предмет ќе го напушти складиштето или ладилникот за да следи каде е. Во повеќето мали бизниси, залихите се доставуваат директно во кујната и се користат за подготовка на ставките од менито. Во идеално опкружување, се води точна евиденција за пристигнувањето и излегувањето на залихите, што прави да се знае што е при рака, едноставно.

За жал, системите обично не се толку едноставни. Во помала компанија, знаејќи што пристигнало и што се користи на дневна основа, може лесно да се усогласи со извршување на рутинско броење на залихи. Магаџините и ладилниците може да бидат на различен кат од кујната во поголемите кујни и хотели, што бара систем кој бара од секој оддел и кујна да бара храна од магаџинот или одделот за набавка, слично како што би направил мал ресторан директно од добавувачот. Во овој аранжман, хотелот би ја купил целата храна и би ја складираше во централен простор за складирање, од каде поединечни оддели би ги „нарачувале“ своите залихи.

Побарувања

Во поголема кујна, поставувањето метод на барање каде што сè што се пренесува од магаџинот во кујната се врши со писмено барање и е важно за одржување на залиха и одредување на дневните трошоци на менито. Името и количината на предметите што ги бара кујната треба да бидат вклучени во формуларот за барање. Службеникот во магаџинот или кој и да управува со залихите на магаџинот вообичаено може да ги внесе единечната цена и вкупниот трошок на секоја барана ставка на овие формулари (Табела 1). Келнерите треба да користат формулари за побарувања за да ги заменат предметите од масата како што се шеќерот, солта и биберот. Сепак, вработените често одбиваат да користат формулари за побарувања бидејќи е многу полесно и побрзо едноставно да влезат во магаџинот и да го земат она што е потребно; сепак, оваа практика не остава евиденција и го оневозможува доброто водење на евиденција. За да се намалат шансите да се случи ова, магаџинот треба да биде обезбеден, само неколку вработени да имаат пристап до просториите, замрзнувачите или фрижидерите.

Датум: _____			
Оддел: _____			
Квантитет	Опис	Единечна цена	Вкупните трошоци

Табела 1 Пресметување на единицата и вкупниот трошок на артиклите

Побарувањето не само што ги следи залихите, туку може да се искористи и за пресметување на финансиската вредност на храната по секој оддел, а со тоа и трошоците. Важно е да се означат сите стоки со нивните трошоци и датумот на пристигнување во поголема установа каде што се купуваат од повеќе добавувачи по различни цени. Месото, на пример, често се брендира со форма која вклучува тежина, цена по единица (парче, или килограм), датум на купување и име на добавувачот. За одредување на цените на сите производи е потребно време, но тоа време брзо ќе се врати кога ќе се пополнат документите за побарување или кога на залихите мора да им се додели парична вредност. Понатаму, прикажувањето на цените на стоките може да послужи како потсетник за вработените дека отпадот е скап.

Водење евиденција на залихи

За одржување на евиденција на залихите, постојат две основни техники. Првиот е да се има континуиран попис. Континуираниот попис не е ништо повеќе од тековен збир на она што го имате моментално. Водењето евиденција за секоја стока во магацин, како што е наведено во Табела 2, е најдобриот начин да се одржува континуирана залиха.

Табела 2 Повторно нарачување точка на производот	
Ставка:	
Точка за пренарачување:	

Табела 2 Точка за пренарачување производи. Првата половина од заглавието на целосната табела е прикажана во табелата. Две половина ја сочинуваат целата табела. Секоја страна има по две табели, за вкупно четири прикажани табели. Ставката и точката за прередување се прикажани во овој дел од насловот на табелата.

Табела 3 Големина на пакувањето и надополнување на производот	
Големина на пакувањето:	
Надополна:	

Табела 3 Големина на пакувањето и надополнување на производот. Големината на единицата што повторно се нарачува, како и моменталната залиха, се прикажани во втората (десна) половина од табелата.

Табела 4 Датуми на запишување на залихите, колкав дел од таа ставка примил бизнисот (влез), продаден (излез) и вкупно салдо.			
Донесено	Пренесено	Од	
Датум	Влез	Излез	Биланс

Табела 4 Запишување датуми на залиха, колкав дел од таа ставка примил бизнисот (влез), продаден (излез) и вкупен биланс. Втората половина од првата половина на табелата (лево). Овој дел од заглавието на табелата е прикажан под првиот дел од заглавието на табелата и ги вклучува

датумите на записите за залихи, како и колку од секоја ставка бизнисот примил (влез), продаден (излез) и вкупниот износ.

Табела 5 Снимање во, надвор и биланс на големината на единицата на ставката што се купува.			
Донесено	Пренесено	Од	
Датум	Влез	Излез	Биланс
-	-	-	-

Табела 5 Снимање влез, излез и биланс на големината на единицата на предметот што се купува. Овој дел од целата табела има празен простор за запишување влез, излез и биланс на големината на единицата на ставката што се купува, и тоа е втората половина од втората (десна) половина од прикажаната цела табела.

Кога ќе се примат повеќе производи, бројот на примени лименки или работи се евидентира и се додава на моменталната залиха; кога се бара дел од производот, бројот на лименки или парчиња што излегуваат се запишува и билансот се намалува. Понатаму, формуларот за континуиран инвентар може да означи кога производот треба повторно да се нарача (точка за повторно нарачка), како и колку од производот треба да биде при рака во кое било дадено време (парична залиха). Ова евиденција е речиси сигурно компјутеризирано во големи операции. Бидејќи времето (и трошоците) за одржување на евиденцијата може да биде значајно кај малите бизниси, континуираните залихи обично се задржуваат само за скапи стоки.

Земањето физички инвентар е вториот систем за водење на записи. Сите работи во складиштето мора да се бројат на редовна основа како дел од физичкиот попис. Треба да се прави физички инвентар барем еднаш месечно за да биде ефективна контрола. Евиденцијата на залихите се евидентира на табела или во посебен систем за ова. Стоката може да биде наведена по азбучен ред или по редоследот што ќе се појави на полиците во магацинот (Табела 6).

Месец:

Табела 6 Формулар за физички инвентар				
Производ	Единица	број	Единечната цена	Вкупна вредност
Ставка 1	10 конзерва	4	20 долари	80 долари
Ставка 2	20 парчиња	3	20 долари	60 долари
Ставка 3	5 гр	3	10 долари	30 долари
Ставка 4	15 фунти	1	30 долари	30 долари
-	-	-	Вкупно	200 долари

Табела 10.6 Формулар за физички инвентар. Единицата, бројот, единечната цена и вкупната цена на производот се прикажани во табелата. Наведени се четири работи, а потоа следуваат вкупно сите производи. Се нарекува Формулар за физички инвентар.

Единечната цена и вкупната вредност на секоја ставка во складиште обично се вклучени во пописот, покрај количината на ставките. Вкупната парична вредност на залихите се пресметува со собирање на вкупните вредности на стоката. Ова е познато и како проширување на залихите. Завршниот инвентар за денот кога е направен пописот е вкупната вредност на залихи. Овој број ќе послужи и како појдовен инвентар според кој ќе се мери следниот физички инвентар. Статистиката може да се користи за прецизно пресметување на месечните трошоци за храна, доколку пописот

се зема во ист ден секој месец. Физичкиот инвентар се користи за да се осигура дека постојаниот попис е точен.

Компјутеризирана контрола на залихи

За пресметување, следење и проширување на залихите, во денешно време се користат компјутеризирани системи. Овие алатки му овозможуваат на ресторанот/хотелот подобро да ги следи моменталните залихи, како и расходите поврзани со нив. Една од предностите на овие системи е тоа што обезбедуваат пристап до информации како историја на нарачки и најдобра платена цена. Тие исто така можат да му помогнат на купувачот да ја предвиди побарувачката во текот на целата година. Кога келнерот регистрира продажба на која било ставка од менито на терминалот во ресторанот, овие апликации често се поврзуваат со (POS) што се користи за следење на трансакциите, па дури и може да отстранат ставка од компјутеризирана листа на залихи. Ако потрошувачот побара едно пилешко јадење од менито, сите артикли потребни за подготовка на една пилешка чинија се тргаат од залихите. Ова нуди управување со континуиран попис на повеќето артикли за залиха што е секогаш ажуриран.

Помалите бизниси ќе користат алатка за табеларни пресметки за управување со залихите, како што се работи на Microsoft Excel за нарачка и водење евиденција за залихи. Примените фактури со набавките ги содржат информациите што му се потребни на компјутерот за правилно да ги спроведе пресметките. Одговорниот вработен треба да ги внесе количините и цените на најновите примени артикли во компјутерската програма. Цената на стоките на рака автоматски се пресметува користејќи ги цените и количините. Овој автоматизиран процес може да заштеди многу време и пари, во зависност од тоа колку се точни информациите внесени во компјутерот. Секогаш постои опасност од грешка во секој систем за попис, но со автоматизирана помош, ризикот се намалува.

Цените и трошоците за физички инвентар

Цената на купените производи многу варира од нарачка до нарачка. Дневните извештаи за залихи ќе ги одразуваат промените во цената, но невозможно е да се знае што да се користи како трошок во формуларот за физички залихи, освен ако не се означени поединечните лименки. Ако определувањето на точната цена на секоја ставка е предизвик, постојат различни алтернативни начини да се погледне цената на стоката на полиците. Најчестиот метод за одредување на вредноста на залихите е да се користи најновата цена платена за стоката, дури и ако не сите лименки се купени по таа цена. Пристапот FIFO (прв-влезен-прв-излезен) е уште еден начин за пресметување на трошоците што имплицира на тоа дека производите се соодветно ротирани. Вредноста на залихите што се достапни тогаш може поправилно да се одреди ако евиденцијата е ажурирана. Избраниот метод на утврдување на трошоците има значително влијание врз вредноста на залихите. Секогаш е идеално да се користи методот што најпрецизно ја одразува вистинската цена на артиклите.

Трошоци поврзани со одржување на залихите

Досега треба да биде очигледно дека одржувањето на попис на различни производи е од клучно значење во работењето на услугата за храна. Сепак, има трошоци за правење и одржување на тој попис, како што се трошоци за чување и трошоци за нарачка.

Трошок за одржување е трошок за складирање на материјалот (електрична енергија, осигурување, безбедност, обработка на податоци и ракување), финансиски трошок се парите што се заклучени во залихите, а трошоците за оштетување се трошоци поврзани со расипување и оштетување.

Трошоците за нарачка и примање залихи се наведени како трошоци за нарачка. Платите на секторите за набавка и сметководство, како и платите во областа на примање и транспортот, се вклучени во овие расходи. Ако ги купувате вашите неделни намирници и залихи од четири различни добавувачи, ќе мора да се справите со четири различни продавачи, четири различни возила, четири различни нарачки за купување и четири различни фактури. Овие функции се намалуваат ако купувате само од еден извор.

Трошоци на недостиг се оние кои настануваат кога побарувачката е поголема од понудата. Кога има неочекувано силна побарувачка пред да пристигнат новите артикли на залиха, може да се појави недостиг. Клиентите не секогаш разбираат кога не го добиваат оброкот што го очекувале, и покрај фактот што некои ускратувања се неизбежни. Недостатоците понекогаш може да ги принудат кујните да платат повисока цена за потребната ставка од различен добавувач.

Фактори кои влијаат на нивоата на залихи

Голем број фактори влијаат на тоа колку моментални залихи треба да се одржуваат. Менито, зачестеноста на испораките и времето потребно од нарачката до испораката, количината на расположлив простор за складирање, достапноста на ладилникот, како и локацијата и обемот на работа, се работи што треба да се земат предвид. Некои помали бизниси можеби ќе треба да имаат повеќе моментални залихи за да го ограничат бројот на испораки и да се осигураат дека секоја од нив е доволно значајна за добавувачот да испрати камион до локацијата или да ги избегне трошоците за испорака. Некои бизниси можат да работат на инвентар „на време“, кој се заснова на количината на работна залиха потребна за менито. Дури и ако инвентарот е вреден, не е добра идеја да вложувате пари во него. Квалитетот на многу производи ќе се влоши со текот на времето. Зголемената кражба исто така може да биде резултат на тоа што има премногу артикли во магацинот. Складирањето залихи може да резултира со расипување, зголемени барања за простор за складирање и други трошоци.

Обрт на залихи

Кога се води прецизна евиденција за залихите, податоците во евиденцијата може да се користат за пресметување на стапката на обрт на залихите. Стапката на обрт на залихите е бројот на пати кога залихите се менуваат во приход во одреден временски период (обично еден месец). Прометот на залихите од 1,5 значи дека залихите ротира еднаш на секои 1,5 месеци. Во оваа ситуација, би имале моментални залихи во вредност од приближно три недели во секој даден момент (2,88 недели). Општо земено, обртот на залихите од една до две недели се смета за нормален. Наоѓањето на просечните залихи на храна за еден месец и нивно делење со вкупните трошоци за храна за истиот месец е типичен метод за одредување на прометот на залихите. Вкупниот трошок за храна се пресметува со додавање на дневните набавки на храна (пронајдени во дневните извештаи за примање) на вредноста на инвентарот на храна на почетокот на месецот и одземање на вредноста на инвентарот на храна на крајот на месецот за да се стигне до вкупните трошоци за храна.

Пресметување денови на моментална залиха

Постојат два методи за одредување на бројот на денови на моментална залиха. Поделете го просечниот број на залихи за годината или друг пресметковен период со соодветните трошоци на продадени стоки и помножете го резултатот со 365 ако го изберете првиот пристап. Трошоците за продадени производи се искажуваат на билансот на успех на бизнисот. Додадете го износот на

залихи на крајот на претходната година на вредноста на залихите на крајот на тековната година и поделете го со два за да го добиете просечниот број на залихи. Билансот на состојба ги прикажува бројките за залихите.

Процес на набавка

Главната цел на процесот на набавка е да обезбеди достапност на храна и залихи во количини и квалитет што ги исполнуваат критериумите за работа по најдобра можна цена.

Секоја организација за услуги на храна треба да има воспоставен процес на купување. Сите способни готвачи треба да можат да ги купат вистинските состојки во соодветни количини, во вистинско време и за најдобра цена. Секоја кујна има свој сет на методи за купување. Сепак, постои едно упатство кое мора постојано да се следи:

Купете само онолку колку што се очекува да биде потребно до следната испорака. Ова ќе обезбеди храната да остане свежа и дека обртот на залихите е добар. Секоја храна се деградира со текот на времето, но некои го прават тоа побрзо од другите. Одговорноста на купувачот е да гарантира дека се набавуваат само оние количини што ќе се користат веднаш или во блиска иднина.

Купување е опишано како процес на утврдување на потребите и нарачки кај добавувачите. Купувањето и нарачувањето се двата дела кои го сочинуваат процесот на купување. Купувањето подразбира одлучување каде да се направат нарачки врз основа на квалитетот, цените и услугата. Купувањето е менаџерска задача. Како резултат на тоа, менаџерот обично е задолжен за избор на добавувачи од кои ќе се набави храна и залихи. Нарачување е процес на одредување на квалитетот и количината на храна и залихи потребни за да се задоволат потребите на менито додека се остане во рамките на буџетските ограничувања. Нарачката обично е надзорна должност, а нарачката често се делегира на супервизорот за храна. Во помалите компании, нарачката може да ја врши и обучен вработен, како што е искусен готвач.

Нарачките треба да бидат со фер големина. Бидејќи услугите за испорака се скапи, повеќето добавувачи имаат минимални ограничувања за големината на нарачката. Со други зборови, нарачката мора да биде доволно голема за да може да му се исплати на добавувачот да ја испорача. Клиентите не треба да поставуваат нарачки премногу често. Ако сервисот на храна е доволно голем, добавувачот би можел да биде подготвен да врши чести испораки, но зголемените трошоци вообичаено ќе бидат пренесени на купувачот како компензација за неефикасноста на клиентот. Дозволената фреквенција на испорака варира во зависност од локацијата, а најмногу е под влијание на пристапноста на стоката и растојанието што добавувачот мора да го помине за да ги изврши своите испораки. Дневните испораки се чести во големите градови. Меѓутоа, ако купувачот прави ограничен дел од бизнисот со добавувачот, купувачот треба да се стреми да поставува нарачки само два или три пати неделно за да ги намали трошоците на добавувачот.

Бизнисот на клиентот не треба да биде расфрлан низ премногу добавувачи. Внимателниот купувач ќе го ограничи својот бизнис на мал број добавувачи кои даваат задоволителна услуга. Ова не значи дека купувачот не треба да поставува нарачки со други бизниси. Тоа, сепак, имплицира дека мал број добавувачи во секоја категорија треба да имаат најголем дел од пазарот. Во одредени помали претпријатија, купувачот може да избере да користи само еден добавувач за секоја категорија на храна; сепак, во повеќето околности, да се има повеќе добавувачи е добра идеја.

Извори на пазарот

Изворите на снабдување во голема мера се разликуваат од една локација до друга. На малите градови и изолираните населби им недостасува бројот и опсегот на добавувачи што ги нудат големите градови. Добавувачите треба да контактираат со достапни продавачи/добавувачи како што се трговци на големо, дистрибутери, локални производители и пакувачи, трговци на мало, кооперативни здруженија, брокери и увозници на храна. За да ја добие основната храна, поединецот задолжен за купување обично ќе контактира со многу добавувачи. За да ги покријат сите барања за кујна поврзани со храна, неколку трговци на големо ги диверзифицираат своите асортимани на производи. Прехранбените производи се набавуваат од различни извори. Фирма за пакување, на пример, обезбедува месо и месни производи, додека трговецот на големо со храна обезбедува суви производи. Расипливите и нерасипливите храни се двете главни категории на храна.

Расипливи

Овошјето, зеленчукот, свежата риба и школки, свежото месо, живината и млечните производи се расипливи. Расипливите производи обично се купуваат на редовна основа за да се гарантира свежина. Замрзнатите производи, како зеленчук, риба и месни производи, имаат подолг рок на траење и поретко може да се нарачаат и чуваат.

Нерасипливи

Сувите производи, брашното, житариците и другата храна како маслинки, кисели краставички се примери за нерасипливи производи. На неделна или месечна основа, овие може да се купат. Запомнете дека само затоа што нешто не се расипува брзо не значи дека ќе го купите во поголеми количини од потребните. Секоја ставка во вашиот инвентар вреди секој денар што може да се зачува или потроши на било што друго.

Избор на добавувачи

При изборот на добавувач, не е доволно само да се погледнат трошоците, бидејќи тие не секогаш го одразуваат квалитетот и поузданоста на стоките и услугите што се нудат. Квалитетот на нечиј производ е секогаш од фундаментално значење во висококонкументната прехранбена индустрија. Квалитетот, од друга страна, не секогаш подразбира „најдобро“ од перспектива на купувачот. Кога станува збор за купување, квалитетот е добивање на најдобар квалитет што е соодветен за наменетата употреба на производот. Ако менито содржи супа, на пример, купувачот ќе ги избере поевтините домати без лушпа наместо поквалитетните, поскапи цели домати со лушпа, кои се премногу скапи за употреба во супа.

Купувачите мора да ги проценат карактеристики на производот, како додаток на критериумот за наменетата употреба, наместо само свесноста за името на брендот на добавувачот. Некои компании трошат многу пари за рекламирање на брендот, но купувачот никогаш не треба да дозволи само името на брендот да влијае на неговите или нејзините одлуки за купување, освен ако тој или таа има намера да го користи името на брендот за да го рекламира производот на клиентите. Тој мора внимателно да ги испита производите за да одреди кој нуди најдобра вредност за парите.

Иако повеќето клиенти ја разбираат неопходноста од проценка на цената на производот што го купуваат, тие често не успеваат да ја анализираат цената во контекст на други аспекти кои влијаат на прифатливоста на одредени производи. Како резултат на тоа, тие ставаат прекумерен акцент на

наоѓање на најевтиниот производ и може да завршат да платат повеќе во однос на трошоците по порција и времето за подготовка.

Треба да се земе предвид и односот цена-принос на конзервирана стока. Трошоците на еден бренд може да бидат значително пониски од оние на неговите конкуренти, но може да вклучуваат значително помалку овошје или зеленчук, со повеќе сок или вода што ја прават разликата. Алтернативно, квалитетот може да биде подеднаков. Се разбира, ова не е да се тврди дека стоките со пониска цена се секогаш полоши; туку, клиентите треба да направат сопствено тестирање за да го одредат квалитетот и приносот. Понатаму, купувањето само за пониска цена може да доведе до проблем во односот помеѓу продавачот и купувачот.

Целта на купувачите на храна треба да биде да купуваат храна и материјали од доверливи добавувачи кои одговараат на следниве критериуми:

- Тие мора да обезбедат рентабилна структура на цени за одредено ниво на квалитет.
- Тие мора да бидат способни да обезбедат одлична услуга за испорака.
- Производите мора да бидат во добра состојба кога ќе пристигнат;
- Возачите мора да бидат внимателни.
- Испораките на храна и залихи мора да се направат навреме.
- Тие мора да имаат специфични работи на залиха за да се минимизира недостигот на снабдување.
- Тие мора да бидат способни да дадат информации за нови производи, информации за исхраната за купената храна и пазарни фактори кои влијаат на вас.
- Наместо завршување специјални услуги, „одлична услуга“ се однесува на пријатниот став на добавувачот и начинот на кој тој став е од корист за целокупното работење на услугата за храна – не само за конкретниот вработен. Добавувачот кој обезбедува одлична услуга е оној кој испорачува толку често колку што бара компанијата за услуги за храна и во одредени часови (не за време на оброците).
- Има пријателски расположени вработени кои се подготвени да однесат пакети до локацијата на примање и да ја проверат повторно точноста на нарачката.

Фактори кои влијаат на цените

Цените на храната, особено, се менуваат во текот на годината поради различни фактори:

- Сезонско: Кога храната е во сезона, има поголема понуда од неа во локалната понуда на храна, намалувајќи ги цените. Понатаму, стоките што се во сезона имаат поголем квалитет и подолг рок на траење од оние што се надвор од сезоната и мора да се носат на огромни растојанија до пазарот.
- Временски услови: Екстремните временски услови може да имаат значително влијание врз цените на храната. Сушата, поплавите и непромисленото студено време ги погодуваат клучните региони во светот што произведуваат производи, што резултираше со зголемување на цените за различни производи.
- Транспортни трошоци: Како што поскапува бензинот или транспортот, расте и цената на храната што мора да се транспортира на пазарот.

- Цени на стоките: На пазарот на стоки се разменуваат различни артикли, како што се месо и житарки. Овие цени се менуваат кога купувачите со голем обем ги купуваат и продаваат овие работи, слично како на берза.

Спецификации на производи

- Скоро секој артикал што е купен треба да има наведени спецификации. Пишувањето спецификации, особено за различни прехранбени производи, опрема, хемикалии и други предмети, може да биде тешка и одзема многу време.
- Месо, морска храна, живина, преработено овошје и зеленчук, како и свежо овошје и зеленчук, сето тоа може да се нарача според преференциите. Месото, на пример, може да се нарача по тип, вид, тежина/дебелина, ограничување на маснотиите, возраст, свежина или замрзнатост и тип на пакување.
- Морската храна може да се нарача по тип, вид, пазарна форма, состојба, потекло, свежина или замрзнатост, број, големина и пакување.
- Нарачајте живина по вид, класа (на пр., бројлери, пржење), стил (на пример, гради, крилца), големина, свежина или замрзнатост и пакување.
- Можете да нарачате обработено овошје и зеленчук по класа (повремено), сорта, големина и тип на пакување, нето тежина, број во кутија, пакување и дали се конзервирани или замрзнати.
- Можно е да се нарача свежо овошје и зеленчук по класа (понекогаш), сорта, големина, тежина по кутија, површина за одгледување и број во кутија.

Табела 7 илустрира пример на документ за спецификација за купување говедско месо што може да се најде во комерцијална кујна.

Примерок за купување спецификација		
Говедско месо	Одделение	Тежина, големина и спецификации за сечење

Табела 7 Примерок за купување спецификација.

Процедури за купување

Во повеќето кујни во ресторани, купувањето и нарачката ги вршат готвачот и готвачите помошници, а во хотелите може да има доделени оддели за набавки. Во повеќето самоуправувани бизниси на сервис за храна на лице место, менаџерот/директорот на услугата за храна е одговорен за купувањето, иако ако услугата за храна е договорена за управувани услуги, набавката најверојатно ќе биде дел од договорното купување. Повеќето кујни ќе имаат список на добавувачи, контакти, датуми и распореди за испорака и листи за нарачки со номиналните нивоа на залихи за да го олеснат купувањето. За посебен настан, како што е свадба, може да биде неопходно да се одредат потребните резерви само за тој настан.

Табела за контрола на производството

За да се пресметаат количините на прехранбени производи што треба да се нарачаат за настан со која било големина, прво мора да се консултира табела за контрола на порциите. Табелата ги покажува намирниците што треба да се користат по лице за која било ставка од менито. Една од употребата на табелата за контрола на порциите е да се процени количината на главните состојки и залихи потребни за производство на предвиден број порции од менито.

Табела 8 Табела за контрола на порциите.		
Ставка за храна	Ставка од менито	Големина на порција
Ракчиња	Коктел од ракчиња	80 g (2,82 oz.)
Лимон	Коктел од ракчиња	1 парче (6/лимон)

Табела 8 Табела за контрола на порциите. Табелата прикажува храна, ставка од менито што ја содржи таа храна и големината на порцијата на прехранбениот производ.

Табела за нарачки за купување за надополнување

Главната цел на користењето на стандардот за купување е да се осигура дека има доволно моментални залихи од сите видови храна за да се задоволат дневните потреби. Пописот на храна мора да стане редовен ритуал за создавање и одржување на овие стандарди. Ова е местото каде што има однапред одредени нивоа наавтоматски замени (бројот што треба да го имате при рака за да стигнете до следната нарачка) може да помогне.

Постојат три важни точки на кои треба да се внимава:

- Потребна количина
- Достапна количина
- Количина што треба да се нарача

Одземете ја моменталната количина од количината потребна за да се одреди износот што треба да се нарача (Табела 9). Во некои случаи, заокружете ја нарачката ако може да биде потребна минимална количина заснована на големината на пакувањето за нарачка.

Табела 9 Пресметување на вистинската количина за порачка за различни меса				
Месо	Потребна количина	Моментална количина	Количина за нарачка	Вистинска нарачка
Говедско месо	10 кг	2 кг	8 кг	8 кг

Интегрирањето на нивота на надополнување во стандардни листи за нарачки или систем за нарачки ќе го олесни управувањето со залихите што доаѓа. Сè повеќе добавувачи се префрлаат на системи за онлајн купување, кои обезбедуваат најсовремени цени, големини на куќишта и, во многу случаи, историја на купување кога е направена нарачката. Нарачката преку Интернет е генерално поудобно бидејќи ја елиминира потребата поединецот што ја нарачува да се јави во фирмата за нарачки за време на редовните работни часови.

Процес на нарачка

Нарачката за купување обично се подготвува откако ќе се идентификува добавувачот и ќе се состави нарачката. Нарачката вклучува информации и за организацијата за набавка и за добавувачот, како и за купените производи, нивните количини, понудите и проширените цени и вкупниот број на нарачката. Вообичаено, многу копии се прават така што купувачот, добавувачот, сметководствената канцеларија и службеникот за примање имаат по еден примерок.

Прием

Предностите на темелните критериуми за купување и претпазливите методи на купување се губат кога квалитетот и квантитетот на дојдовната стока не се внимателно проценети. Лицето задолжено за прием е важен дел од оваа постапка. Во големите организации, ова може да биде службеник за примање чија примарна одговорност е да се справи со приемот (и, во многу случаи, складирањето). Приемот може да го направи менаџерот за храна, главен готвач или водечки работник во кујна во помали компании.

Очигледно, обуката за задачи за прием и складирање е критична и мора да ги опфаќа следните функции:

- Споредување на квалитетот, количината и тежината на пристигната испорака со нарачката
- Инспекција за потребниот стандард на квалитет
- Водење дневна евиденција за примени испораки
- За сите потенцијално опасни намирници, се следат критичните контролни точки
- Да знаете што да направите ако се појави проблем со намирниците
- Враќање на стока која не е по стандард, управување со фактури, етикетирање на картонски кутии за складирање, испраќање стока во складиште или кујна за складирање или употреба и соодветни процеси за складирање на храна и ротирачки залихи се сите процедури што мора да се следат.

Складирање

Во сите установи на услуги за храна, складирањето на храната служи како витална врска помеѓу приемот и подготовката. Како резултат на тоа, квалитетот на системот за складирање има директно влијание врз квалитетот на производот за подготовка на храна. Количината на потребниот простор се одредува според зачестеноста на испораките и прометот на производите. Друга причина зошто складирањето е критично е тоа што тоа е една област од работењето каде што менаџментот може да примени ефективна контрола без значително да го зголеми времето или трошоците за персоналот. Со други зборови, ефективни контроли за собирање, кражба, како и непотребното ракување со храната, може да помогнат да се одржат ниски трошоците за храна.

Професионална етика

Кога комуницирате со добавувачите, секогаш одржувајте професионално однесување. Вашите активности имаат влијание и на вашата и на репутацијата на вашиот објект. Разговарајте со добавувачите во однапред одредени времиња; не разговарајте за внатрешни прашања со добавувачите; не озборувајте за други добавувачи; и не откривајте конкурентски цени. Искористете

го максимумот од времето со добавувачите со тоа што ќе разговарате за состојбите на пазарот, ќе добивате понуди за цени и ќе научите за нови артикли. Подготвувањето на нарачката додека добавувачот чека во канцеларијата е невнимателно и неефикасно. Никогаш не ја делегирајте должноста за избор на количината на нарачката на добавувачот. Добавувачот ќе ја изгуби почитта кон неорганизираниот купувач кој му дава нарачка на него да ја пополни.

2-ОРГАНИЗИРА И ВРШИ НАДЗОР НА УПРАВУВАЊЕ СО ОТПАДОТ

Спроведува рационална шема за управување со отпад во кујната и хотелот

Го коригира процесот за рационално управување со отпадот во кујната и хотелот

Се усогласува со прописите за управување со отпад

Важноста на управувањето со кујнскиот отпад во рестораните

Во секој случај, управувањето со отпадот е неопходен дел од работниот ден. Управувањето со кујнскиот отпад, особено во индустријата за ресторани, може да го дефинира успехот на бизнисот, па затоа прехранбената индустрија презема дополнителни мерки на претпазливост за да гарантира дека нивните кујни секогаш се во согласност со правилникот кога станува збор за управување со отпадот. Во попрактична смисла, неправилното управување со кујнскиот отпад ќе чини пари. Освен тоа, владините агенции може дури и да ја одземат дозволата за работа. Неправилно отстранување на кујнскиот отпад може да предизвика и сериозна штета на животната средина. За да остане во бизнисот, кујната не може да работи без соодветни системи за депонирање на отпад што е во согласност со правилникот. Без разлика, многу сопственици на бизниси продолжуваат да работат со помалку од идеални методи за управување со отпад, надевајќи се дека ќе заштедат неколку денари, штетата за животната средина, како и за нивните клиенти, може да бидат огромни.

Да се биде еколошки свесен не е само тренд; тоа е профитабилно. Маслото е добар пример за тоа како несоодветното управување со отпад може да стане проблем. Во несоодветното поставување, отпадното масло едноставно се фрла во системот за одвод, каде што седи и се зацврстува, што на крајот станува голем проблем. Маснотиите не се мешаат добро со водата и, ако не се ракува правилно, може да ги затнат цевките и да предизвикаат нивно пукање, што резултира со трошоци за поправка. Рестораните кои правилно управуваат со нивните отпадни производи ќе го заштедат отпадот на трошоците за одржување дури и ако не се еколошки свесни.

Правилното отстранување на кујнскиот отпад ја штити животната средина

Кога отпадот се ракува правилно, ресторанот помага да се заштити животната средина. Ресторанот придонесува за климатските промени со неправилно отстранување на отпадот. Отпадот од храна кој завршува на депонија испушта многу гас метан кој е еден од најштетните стакленички гасови.

Управувањето со кујнскиот отпад ги штити вашите клиенти

Работа на рестораните е да обезбедат висококвалитетна кујна на своите клиенти. Правилните санитарни стандарди, особено онаму каде што се прави храна, одат рака под рака со безбедна и санитарна храна. Се претвора во благосостојба на купувачот кога кујната се грижи за тоа како се подготвува храната и рециклира доволно отпад од храна.

Правилно отстранување на отпадот ги штити кујната и вработените

Обезбедувањето на работниот простор на вработените и обезбедувањето дека тие имаат безбеден простор за вклучување во нивните активности се постигнува со гарантирање на чистотата на работното место и соодветно отстранување на кујнскиот отпад. Вработените се поздрави и помалку подложни на несреќи, што резултира со зголемено производство.

Ефикасно ракување со кујнскиот отпад

Кујната на ресторанот, особено онаа која има многу рабита, мора да произведе многу отпад од храна. Постојат различни пристапи за правилно управување со кујнскиот отпад.

Како прво, не претерувајте со ништо, не е добра идеја да купувате работи во количина што ресторанот нема да ги користи. Честа грешка е рестораните да прифатат добра цена за голема нарачка, тоа може да биде примамливо. Доколку ресторанот не е способен да ги складира правилно, што значи дека ресторанот треба да има капацитет и соодветна инфраструктура за складирање на залихите, тие речиси сигурно ќе завршат во ѓубре.

Одржување на пописот на залихите што е можно попрецизен, што значи дека менаџерот мора точно да знае што и колку залихи има во даден момент, помага да се осигура дека храната не е заборавена и дека сè се користи правилно. Правилниот и точен попис секогаш ќе биде почетна точка за решенија за отпадоци од храна.

Донирањето на остатоци во шелтери и локални добротворни организации ќе помогне да се намали отпадот од храна, а истовремено да се зајакне општествената репутација. Дополнителните или преостанатите состојки кои се блиску до нивниот рок на траење се покриени со тоа што може да се подарат.

Приспособувањето на менито за да биде што е можно поинклузивно е уште една опција, на клиентите треба да им се обезбеди опција за вклучување или исклучување на одредени ставки од нивните оброци. На пример, луѓето можеби нема секогаш да сакаат помфрит со нивните плескавици и помфритот ќе заврши во кантата за остатоци.

За рестораните, компостирањето на отпадот од храна е добра идеја. Локалните градинари или ентузијастички на растенијата може да го претворат отпадот од храна во плодна земја. Тоа ѝ помага на околината, како и на ресторанот да добијат внимание што води кон клиенти.

Следењето на датумите на рок на употреба на сите производи доставени до вашиот инвентар е задолжително за да се избегне скапата грешка да ги пропуштите артиклите со краток рок на траење.

Создадете тим задолжен за управувањето со отпадот

Во зависност од големината на компанијата, компанијата може да формира тим или да назначи некој што ќе ги контролира активностите за отстранување на отпадот. Овој пристап му помага на ресторанот да направи потемелна ревизија на отпадот и дава подобра идеја за тоа кој пат да се следи. Идентификувањето на многуте видови отпад што го создава ресторанот може да помогне да се открие каде може да се подобри. Ревизијата на отпадот во ресторанот може да помогне во изборот дали да го направите тоа сами, да склучите договори или аутсорсинг опции за отстранување на отпадот.

Друга значајна предност на добро извршената ревизија на отпадот во ресторанот е тоа што ресторанот ќе открие кои ставки од менито имаат најмногу остатоци, што помага да се прилагоди или да се измени менито за да има најмалку остатоци. Оваа информација, исто така, помага да се одредат соодветните големини на порциите, бидејќи понекогаш се премногу големи.

Едуцирање на кадарот

Управувањето со кујнскиот отпад започнува со луѓето кои работат таму. Добро обучен персонал за подготовка на оброци ќе се погрижи да се фрли најмала количина храна, што е ефикасен начин за намалување на отпадот произведен во текот на работниот ден. Отпадот од храна во рестораните најмногу се должи на неправилна подготовка на храната. Во ресторанската индустрија, дури и движењата кон и од кујната придонесуваат за намалување на отпадот. Келнерите во баровите, на пример, се научени да се движат во кружни движења за да се избегне истурање пијалоци и да се намали отпадот.

Инвестирајте во квалитетна опрема

Добра идеја е да се инвестира во опрема за кујна со врвен квалитет бидејќи фазата на подготовка на храната е најподложна на трошење. Малите работи, како што е лупењето со соодветен нож, со текот на времето и ќе имаат корист за ресторанот. Опремата за управување со отпад од храна со висок квалитет не е исклучок. Додека некои ресторани се стремат да бидат објекти со нула отпад, реалноста е дека тоа е речиси невозможно.

3-ГО ОСИГУВА ТЕКОВНОТО ФУНКЦИОНИРАЊЕ НА КУЈНАТА И ХОТЕЛОТ

Комуницира со клиентите

Надгледува организирани забави и настани

Го надгледува работењето на кујната и хотелот

Ја следи работата на опремата и капацитетите во кујната и хотелот

Ги прати сите видови публикации, иновации и технолошки достигнувања поврзани со професијата

ВОВЕД

Услугата за храна и пијалаци е дел од услужниот сектор на угостителската индустрија. Тоа може да биде дел од поголема хотелска или туристичка операција, или може да работи самостојно. Членовите на тимот за Храна и Пијалаци се одговорни за различни одговорности, вклучувајќи подготовка за услуга, пречекување на гости, земање нарачки, плаќања и извршување на бројни дополнителни работи по заминувањето на клиентите.

Поголемиот дел од хотелите вклучуваат различни опции за храна и пијалаци. Тие имаат потенцијал да бидат ресторан, бар, кафуле, услуга во соба, скара забава покрај базен, надворешна кетеринг услуга итн.

Структура на Одделот за Храна и Пијалаци

Тимот на Храна и Пијалаци е задолжен да го создаде искуството што го посакуваат гостите. Следниве позиции го сочинуваат одделот:

Менаџерот за храна и пијалаци е одговорен за обезбедување дека профитните маржи се исполнети во секој финансиски период од секој оддел за услуги за Храна и Пијалаци. Тој/таа, во соработка со кујната, планира менија за различни сервисни зони и купува материјал и опрема за одделот за Храна и Пијалаци.

Помошник менаџер за храна и пијалаци, во отсуство на неговиот претпоставен, е свесен и усогласен со сите задачи што ги презема Менаџерот за Храна и Пијалаци.

Менаџер на ресторан, е задолжен за целокупното работење на ресторанот, неговите/нејзините одговорности вклучуваат управување со функциите на ресторанот; земање залихи или проверка на залихи (нарачување и нивно следење); надгледување, обука, средување и оценување на подредените; креирање извештаи за вработените и продажбата; управување со буџетот; грижа за секојдневната продажба и поврзување со каса.

Менаџерот за собна послуга е задолжен за целиот избран, обучен, охрабрен и оценет помлад персонал. Тој/таа уверува дека вредностите и клучните стандарди на одделот за Храна и Пијалаци во една културна институција се исполнети. Кадарот, буџетот и распоредот за да се држат трошоците за работна сила под контрола, грижата за проблемите на клиентите, помагањето при посебни барања се негови/нејзини одговорности.

Менаџерот за настани е задолжен за поставување на работата за настани, предвидување и дистрибуција на финансии за различни настани, вклучувајќи конференции, состаноци и други настани; зголемување на продажбата на храна и пијалоци; следење на состојбата на чинии, сребрени садови, чаши, постелнина и друга опрема; грижа за украсите и справување со поплаки од гости; помагање при посебни барања; следење на соодветни процеси на набавка за купување на потребните залихи; собирање коментари од гостите и доставување до менаџерот на Храна и Пијалаци; присуство на состаноци на одделенијата; планирање на менито и цените; обука, средување и развој на персоналот.

Менаџерот на барот е одговорен за предвидување на протокот на потрошувачи на дневна основа; распределба на соодветен број вработени како одговор на побарувачката на потрошувачите; управување и следење на бар инвентар; следење на сите форми на продажба на пијалаци; должности за чистење.

Супервизорот за безбедност на храна е лице кое е обучено да ги препознава и избегнува опасностите од ракување со храна во индустријата за Храна и Пијалаци. Тој/таа треба да има важечки сертификати и тој/таа е од суштинско значење во компанијата за Храна и Пијалаци за да може да ги обучи и надгледува другите вработени за правилните процедури за ракување со храната.

Храна и Пијалаци помошни сектори

Следниве одделенија обезбедуваат поддршка за Одделот за храна и пијалаци:

Управување со кујна

Одделот за управување со кујна се обидува да ја одржува комерцијалната кујна чиста, подготвена и уредна за да може ефикасно да работи кујнскиот тим. Исто така, гарантира дека сите алатки и прибор што се потребни за одреден оброк или операција за готвење се добро исчистени и подготвени за употреба.

Миеење садови

За услугата во бар, настани, сала и ресторан, одделот за миеење садови е одговорен за снабдување со чисти и суви чаши, прибор за готвење и прибор за јадење.

Перење

За навремено снабдување со хемиско чистење и чаршави кои се испеглани, одделот за Храна и Пијалаци во голема мера се потпира на одделот за перење или на надворешните услуги за перење.

Ставови и компетенции на персоналот на Храна и Пијалаци при комуникација со клиент

Познавањето на одговорностите и улогите, како и соодветното познавање на прехранбените производи, спарувањето на храната и пијалоците, бонтолот и методите на услуга, е пристап за стекнување доверба додека се послужуваат гостите. Изгледот остава добар прв впечаток кај гостите. Додека се на должност, вработените во Храна и Пијалаци мора да одржуваат лична хигиена, чистота и професионален изглед. Услужноста се дефинира како посветување големо внимание на деталите, меморирање на желбите на гостите и исполнување на тие барања што е можно побрзо со највисоко можно ниво на совршенство. Тимот на Храна и Пијалаци мора да има пријатно, живо и пријателско однесување во секое време.

Ефективната комуникација е критична кога разговарате со соработниците и гостите. Употребата на јасна и правилна комуникација, како и соодветниот јазик и тон, може да помогнат работниот тек на услугата да оди непречено. Има потенцијал да им обезбеди на гостите навистина подобро искуство. Додека им служи на посетителите, вработените во Храна и Пијалаци мора да ја разберат вредноста на времето. Ефикасното функционирање на работниот тек на услугата е потпомогнато од точното мерење на времето и чувството на итност. Искреноста и интегритетот се суштински вредности за услужување на гостите во туристичката индустрија.

4 - ВОДИ ПРОДАЖНИ РАЗГОВОРИ НА КУЛТУРЕН И ГРАЦИОЗЕН РАЗГОВОР ЗА КУЈНАТА И ХОТЕЛОТ

Преговара за условите за испорака и склучува договори со добавувачите

Изработува план за набавка во одреден временски период

Организира снабдување со храна и други производи и потребни ресурси за работа на хотелот и кујната (на пр. средства за чистење)

Управување со процесот на снабдување на ресторанот

Управувањето со процесот на снабдување на ресторанот е софистицирана и комплицирана тема. Активностите вклучени во собирањето состојки од изворот, нивна обработка во јадења што може да се продаваат и доставуваат до клиентите се нарекуваат процес на снабдување. Работата со голем број доставувачи кои се специјализирани во секоја фаза процесот е нормално. Како резултат на тоа, управувањето со процесот на снабдување подразбира континуирано следење и управување со добавувачите со цел да се максимизира ефикасноста и вредноста. Управувањето со синџирот на снабдување со ресторани воспоставува и одржува односи со добавувачите на храна со цел да се генерираат производи - како оброци - кои ги задоволуваат потребите на клиентите. Управувањето со процесот на снабдување со ресторани гарантира дека секој „актер“ во синџирот на снабдување го прави она што е наменето.

Важноста на управувањето со процесот на снабдување

Управувањето со процесот на снабдување е критична компонента на секоја успешна компанија. Чекорите во управувањето со процесот на снабдување на компанијата се познати како операции. Со препознавање на проблемите, анализирање на алтернативи и донесување одлуки за тоа како да се оптимизира процесот на дистрибуција, управувањето со процесот на снабдување игра клучна улога во успехот на секоја фирма. Компаниите ќе имаат корист од процесот на управување со процесот на снабдување со подобра контрола на залихите, помали оперативни трошоци и зголемена ефикасност.

Процес на снабдување во ресторан

Процесот на снабдување со ресторани вклучува многу актери и многу чекори. Прво, менаџерот треба да идентификува и да преговара за договори со добавувачи на храна во ресторани, како што се земјоделците и трговците на големо со храна, како и продавачите кои нудат контејнери за носење и хартиени артикли. Наоѓањето партнери за носење суровини во ресторанот е логистички предизвик. Производството е процес на трансформирање на суровините во производи што се продаваат.

Добивањето залихи што може да се продаваат на клиентите е она што е дистрибуција. Логистиката на рестораните може да се движи од едноставна како транспортирање оброци од кујната до трпезаријата до комплицирана како доставувањето до домовите на клиентите.

Во идеален свет, сè ќе работи непречено откако ќе го воспоставите вашиот процес на снабдување преку преговарање со добавувачите. Прекините во снабдувањето со ресторани се премногу

распространети и тие имаат огромно влијание врз секторот. Многу вработени кои работат во испорака на земјоделство и храна може да не можат да работат поради опасни услови.

Управувањето со залихите и управувањето со процесот на снабдување се нераскинливо поврзани. Контролата на залихите е клучна компонента на процесот на снабдување. Помага во одржувањето на клиентите задоволни, а истовремено одржувајќи ја кујната ефикасно да работи. Управувањето со залихите подразбира следење на материјалите и залихите што кујната ги има при рака со цел да се предвиди кога залихите ќе се потрошат и кога треба да направите друга нарачка. Тоа влијае на вашите одлуки за купување и побарувачка.

Управување со процесот на снабдување со ресторани

Купувањето од различни добавувачи за најевтините цени на резервите за ресторани, користењето софтвер за управување со залихи и услугите за испорака на храна помага во снабдувањето на кујната. Рестораните профитираат со добивање фер договор кога добавувачите се натпреваруваат за бизнис. Добавувачите треба да се реevalуираат на редовна основа. Најмалку еднаш годишно испитувајте ги перформансите на добавувачите и размислете да се префрлите на нов продавач доколку се достапни подобри зделки и услуги. Не мора да работите со истиот добавувач, но прво, погрижете се да не сте заглавени во долгорочни договори од кои не можете да излезете.

Побројни се помоќни, така што придружувањето на група луѓе ви овозможува да добивате подобри цени на стоки со приклучување кон колективна организација за набавки отколку што би можеле сами.

Работете со добавувачи на ресторани кои можат да се справат со повеќе од една фаза во вашиот процес на снабдување за да го рационализирате вашиот процес на снабдување. На пример, наместо да барате од вас да подигнете залихи, побарајте добавувачи на храна во ресторани кои можат да ги набават и да ви ги донесат.

Погрижете се да имате доволно промотивни материјали при рака. Погрижете се да имате соодветни залихи за да ја задоволите зголемената побарувачка ако презентирате ново јадење или испраќате купони за одредена ставка од менито. Погрижете се вашите маркетинг напори да се синхронизираат со достапноста на вашиот процес на снабдување.

Користејќи софтвер, можете да ја зголемите ефикасноста на вашиот ресторан. Технологијата за ресторани, како што е управувањето со процесот на снабдување и софтверот за управување со залихи, ги олеснува долготрајните, но клучни задолженија за управување со залихите, пренарачувањето на резервите на рестораните, поврзувањето со добавувачите и следењето на испораката на снабдувањето. Одредени алатки може да го намалат времето потребно за завршување на овие задачи. Можете дури и да автоматизирате многу од овие задачи ако POS системот на ресторанот има вградени способности за управување со залихи или се поврзува со решенија за управување со процесот на снабдување.

Следете го вашето снабдување до изворот. Од клучно значење е да знаете од каде доаѓаат вашите сурови состојки ако сакате да ги чувате вашите оброци безбедни. Внимавајте на земјоделските извештаи од локациите каде што се набавуваат вашите производи за да може да очекувате прекини во процесот на снабдување и да се свртите со менување на вашето мени или нарачка за снабдување.

Како ефикасноста на процесот на снабдување може да помогне да се зголеми профитабилноста и продажбата

Процесот на координирање на производството, испораката и продажбата за да се задоволи побарувачката на клиентите е познат како управување со процесот на снабдување. Управувањето со процесот на снабдување со ресторани е критично бидејќи може да резултира со придобивки на компанијата како што се зголемена продажба и профитабилност. Прво, кога „деловите“ на вашиот процес на снабдување можат да комуницираат информации, тие можат да работат заедно поефикасно. Како резултат на оваа соработка, ќе имате поголема контрола врз вашата фирма и ќе можете полесно да ги зголемите профитните маржи. Соработката исто така го намалува ризикот, што резултира со заштеда на трошоци. Второ, ефикасноста на процесот на снабдување ви овозможува да ги намалите трошоците за залихите. Конечно, рационализираниот процес на снабдување ве одржува информирани и го олеснува известувањето на клиентите за доцнење на услугите или снабдувањето.

Управувањето со процесот на снабдување, од друга страна, може да биде тешко бидејќи содржи многу подвижни елементи кои мора да работат заедно за да се осигураат дека производите се испорачуваат навреме и без грешка. Непречено функционирање на процесот на снабдување бара координација помеѓу планирањето, дизајнирањето, производството/изградбата/развијанието, дистрибуцијата, работењето (водење на процесот на снабдување) и крајот на животниот век (управување со конечното отстранување на производот).

Од набавка до дистрибуција, управувањето со процесот на снабдување е процес кој опфаќа планирање и извршување на задачите. Обезбедува стоките да се испорачуваат навремено од изворот до клиентот. За да се постигне тоа, менаџерите на процесот на снабдување мора внимателно да го следат целиот процес за да се осигураат дека деловните операции се одвиваат непречено. Ресторани, кафетерии, кафулиња, ресторани за брза храна, пабови, сувомеснати производи, производство на храна, угостителски претпријатија, услуги за транспорт на храна и повеќе се дел од секторот за пијалоци за храна. Пакувањето, како и готвењето, транспортот и послужувањето храна и пијалоци, се сите можни актери во оваа индустрија. Ресторанската индустрија е конкурентна, затоа треба да се погрижиме нашето управување со процесот на снабдување да биде на исто ниво со најдобрите во индустријата.

Отпадот од храна се намалува – до 10% од храната купена од рестораните се троши пред да стигне до купувачот. Рестораните купуваат премногу храна одеднаш, што предизвикува таа да се расипува пред да им биде доставена на клиентите. Управувањето со процесот на снабдување може да помогне да се намалат загубите. Трошоците за храна обично сочинуваат 28 до 35 проценти од вкупните трошоци на ресторанот. Кога храната се губи или расипува, оваа бројка се зголемува. Рестораните може да користат управување со залихите за внимателно да ја следат нивната храна и набавката, што ќе го олесни следењето на набавката и плаќањето на добавувачите. Управувањето со залихите го намалува отпадот, ги намалува трошоците за продадените артикли и, како резултат на тоа, ги зголемува приходите. И, чувајте ги состојките достапни за сите ставки на вашето мени за да им помогнете на клиенти кои се враќаат да ги одржуваат задоволни, обезбедувајќи позадоволни потрошувачи.

5-ГО ОСИГУВА РАБОТЕЊЕТО НА БИЗНИСОТ ВО СОГЛАСНОСТ СО ПРОПИСИТЕ

Одржува безбедна и здрава работна средина

Применува правила за здравје и безбедност и заштита од пожари

Ги применува принципите на заштита на сопственоста

Применува прописи за заштита на животната средина

Работи во согласност со принципите на HACCP системот

Го следи нивото на хигиена во ресторанот

Безбедност во ресторанот

Рестораните подлежат на различни безбедносни прописи и закони. Ресторанот мора да одржува стабилна база на клиенти и ентузијастички вработени додека се придржува до различни безбедносни стандарди и упатства. Иако секое владино законодавство ќе се разликува малку, насоките ќе бидат фундаментално слични.

Опасности за вработените

Работењето во ресторан е ризично. Вработените во кујната работат со различни алатки со остри рабови и опасна опрема и ги поминуваат деновите опкружени со отворен пламен и загреани површини. Течности, маснотии и остатоци од храна често се истураат на подот, што го отежнува одењето. Растворите за чистење ресторани содржат различни моќни хемикалии кои, доколку се постапат погрешно, може да бидат опасни. Кревањето тежина е вообичаен дел од работата. Долгите и доцните часови се вообичаени во секторот, што придонесува за замор, што го нарушува расудувањето и може да доведе до штета. Сите овие грижи се решаваат од бројните регулаторни органи на индустријата.

Насоки за работното место

Владините агенции поставија голем број правила за работните места во ресторани. Работното место треба да се одржува чисто и организирано, а ножевите и опремата треба добро да се одржуваат и безбедно да се чуваат кога не се користат. Подовите треба периодично да се чистат и да се заштитуваат со матови или со супстанции што не се лизгаат. Токсичните соединенија мора да се складираат правилно, а работниците мора да имаат пристап до обука, листи со податоци за безбедност на материјалите и соодветна опрема за лична заштита кога работат со нив. Користењето колички и дигалки за пренос на нештата може да го намали потребниот напор за кревање. Работните правила ја ограничуваат должината на смените и прекувремената работа за да се спречи замор.

Дизајн и логистика

Бидејќи голем дел од просторот мора да се даде на ресторанот, кујните во рестораните и просториите за подготовка се често мали и преполни. Излезите мора секогаш да бидат видливи и достапни. За да се гарантираат соодветни температури и квалитет на воздухот, вентилаторите за вентилација и издувни гасови мора да се усогласат со локалните стандарди за зонирање. За да се зачува квалитетот, сувите магацини за складирање мора да се чуваат подалеку од извори на топлина и влага. Прехранбените производи мора да се чуваат најмалку 15 сантиметри од земјата на полица или платформи за да се избегне расипување и оштетување.

Спречување на контаминација

Различни хемикалии можат да ја контаминираат храната, што претставува биолошки, хемиски и физички ризик. Производите за чистење се чест извор на хемиска контаминација. Тие не смеат да се чуваат во близина на места за подготовка на храна за да се избегне ненамерна контаминација од прскање. Семки од маслинки, чепкалки за заби, парчиња стакло и други страни предмети во оброците се примери за физички опасности. За да се намали овој ризик, операциите за подготовка на храна не можат да се позиционираат под скалите. Различните микроорганизми кои предизвикуваат болести предизвикани од храна се класифицирани како биолошки ризици и тие првенствено се контролираат преку хигиена и контрола на температурата.

Безбедно ракување со храна

Неколку основни концепти го поткрепуваат безбедното ракување со храната. Првиот е хигиенско-санитарни услови. Пред да ракуваат со храната, готвачите мора да ги исчистат и дезинфицираат местата за подготовка и приборот, како и правилно да ги мијат рацете. Станиците за миене раце мора да бидат обезбедени во секое работно место, а некои држави бараат употреба на стерилни ракавици. Необработеното овошје и зеленчук никогаш не треба да се ракуваат со прибор или површини што се користат за оброци со висок ризик како сурово месо или живина. Ако е можно, добра идеја е да се издвојат посебни места за подготовка или прибор за секој тип на состојка.

Време и температура

Главните фактори кои влијаат на ризикот од болести предизвикани од храна се времето и температурата. Бактериите и другите микроби може да се најдат во речиси секоја храна, но им треба време и добри услови за да се размножат и да претставуваат опасност. Бактериската активност значително се забавува кога храната се чува во фрижидер на температури под 4 Целзиусови степени и над 60 Целзиусови степени. „Опасната зона“ за безбедност на храната се однесува на температурниот опсег помеѓу тие две крајности, каде што бактериите можат да напредуваат. За да се намали ризикот од болести кои се пренесуваат преку храна, рестораните мора да го регулираат ракувањето со храната така што храната поминува што е можно помалку време во опасната зона.

Здравје и безбедност во рестораните: основа

Сите ресторани треба да вршат честа проценка на ризикот по здравјето и безбедноста. Ова подразбира преглед на вашиот ресторан и идентификување на какви било опасности што може да им наштетат на вработените или клиентите. Проценката на ризикот за ресторанот треба да покаже дали ресторанот прави доволно за да ги ублажи овие опасности. Потребна е силна процедура за проценка на ризикот во рестораните, установите за храна и готови производи. Списокот на опасности

на работното место е речиси неограничен – рерните и фритезите со маснотии се очигледни примери, но има и други кои се помалку видливи.

ОДГОВОРНОСТИ ЗА ЗДРАВЈЕТО И БЕЗБЕДНОСТА НА РЕСТОРАНОТ

Безбедност

Осигурајте се дека јадењето е безбедно за јадење, проверете дали храната е со квалитетот за кој тврдите дека е, со тоа што нема да додавате, отстранувате или третирате на начин што ја прави небезбедна за јадење. Не доведувајте ги гостите во заблуда со етикетирање, рекламирање или маркетинг. Следете каде сте ја набавиле храната (и бидете во можност да кажете доколку ве прашаат) – ова се нарекува доследност. Отстранете ја небезбедната храна и креирајте извештај за инцидентот за да ги известите луѓето кога храната е повлечена или отповикана, зошто е повлечена и што треба да направат во врска со тоа. Чувајте го вашиот рејтинг за безбедност на храна видлива. Адитиви се користат само во храна која е одобрена за употреба.

Хигиена

Направете хигиенски план заснован на принципите на анализа на опасност и критични контролни точки (НАССР). Погрижете се „материјалите што доаѓаат во контакт со храната“ (како пакување, опрема за преработка на храна, садови за готвење и површини) да не префрлаат ништо или да влијаат на храната со која доаѓаат во контакт. Доколку се прегледа, следете ги принципите на НАССР за заштита на храната од микроорганизми. Управувајте со алергиите на храна и преземете одговорност за обуката за хигиена на персоналот.

Аутсорсинг Безбедност и здравје

Во многу земји, владините агенции објавија упатства и шаблони за проценка на ризикот. Тие вклучуваат типична проценка на ризик и здравје и безбедност во распоредот на политиките во кујната што можете да ги пополните со потребните информации. Алтернативно, многу ресторани и кујни ангажираат искусен експерт за здравје и безбедност во кулинарската индустрија за да направи проценка на ризикот во нивно име.

Сертификат за хигиена на храна

Од ракувачите со храна во многу земји не се бара да поседуваат хигиенски сертификат за да подготвуваат или послужуваат храна. Секој што ракува со храна треба често да ги мие рацете со сапун и вода најмалку 20 секунди. Бизнисите кои се занимаваат со храна, од друга страна, имаат многу обврски. Во моментот, компаниите се одговорни за сите хигиенски обуки за своите вработени. Ова може да биде неформална обука на работното место или дел од структурирана програма, но мора да биде поставена и соодветна за вашата деловна област. Операторите на бизнисите со храна треба да ги следат упатствата на владините агенции за соодветни хигиенски стандарди, како и нивниот НАССР процес. Ако некој кој ракува со храна има некој од овие симптоми, тој/таа треба да се самоизолира; постојана кашлица; многу висока температура; промена во (или губење) на вообичаеното чувство за мирис или вкус (аносмија).

Вработените треба да ги знаат правилата за безбедност на храната и да се придржуваат до Системот за управување со безбедноста на храната (FSMS) кој ги вклучува тековните упатства за хигиена на храната и процедурите за HACCP. Потребно е да се нагласи важноста на миеењето раце и другите хигиенски активности на редовна основа. Предметите и површините треба редовно да се чистат и дезинфицираат. Бидете внимателни кога станува збор за пакување, чистење и фрлање отпад.

Потрошувачите имаат право да очекуваат безбедна и висококвалитетна храна кога ја купуваат и консумираат. Тие имаат право да ги изразат своите ставови за процедурите, стандардите и активностите за безбедност на храната што ги користат владите и индустријата за да се осигураат дека снабдувањето со храна ги исполнува овие барања. Додека потрошувачите, владите и другите играат важна улога во обезбедувањето на безбедноста и квалитетот на храната, во општествата на слободен пазар, прехранбената индустрија ја сноси примарна одговорност за инвестирање на физичките човечките ресурси потребни за спроведување соодветни контроли - индустријата која го надгледува производството и преработка на храна на дневна основа, од сурови состојки до готов производ.

Прехранбениот бизнис смета дека контролата на храната е широк поим што опфаќа широк спектар на елементи. Нивоа на хранливи материи во состојките на храната и формулирање на храна со нутриционистички профили кои придонесуваат за интересот на потрошувачите за здрава исхрана; безбедност - поставување стандарди за токсиколошки и микробиолошки опасности и воспоставување процедури и практики за да се осигура дека стандардите се исполнети; исхрана - одржување на нивоата на хранливи материи во состојките на храната и формулирање на храна со нутриционистички профили кои придонесуваат за интересот на потрошувачите за здрава исхрана. Обезбедени се сензорните својства како што се вкусот, мирисот, разноликоста и изгледот. Обезбедување својства како што се практичност, пакување и рок на траење кои обезбедуваат корисност и економска предност за потрошувачите. Некои од овие карактеристики, како што е вредноста, се исклучиво одговорност на бизнисот и клиентите, додека други, како што е безбедноста, ги споделуваат владата, индустријата и потрошувачите.

Поставување и спроведување на стандарди за храна (АНАЛИЗА НА ОПАСНОСТА И КРИТИЧНА КОНТРОЛНА ТОЧКА- HACCP)

Во срцето на сите активности за контрола на храната е воспоставувањето стандарди за безбедност, квалитет и означување. Владите играат главна улога во воспоставувањето одредени стандарди за контрола на храната. Улогата на националните влади е да воспостават единствени безбедносни стандарди за сите потрошувачи да добијат еднакви нивоа на заштита; сите производители на храна, без разлика дали се домашни или странски, се третираат еднакво преку примена на истите нивоа на безбедност; потрошувачите се информираат за стандардите за заштита што се применуваат.

Програмите за обезбедување квалитет се дизајнирани денес со посебен акцент на употребата на техники за анализа на опасност и критична контролна точка (HACCP), пристап што прехранбената индустрија го разви и доброволно го усвои во широки размери во последните 20 години. Овој пристап се состои од неколку елементи:

- Спроведување на анализа на опасност за да се идентификуваат опасностите и потребните контроли;
- Идентификување на критичните контролни точки;
- Воспоставување критични граници за секоја контролна точка;

- Воспоставување на процедури за следење;
- Воспоставување корективни процедури;
- Воспоставување процедури за верификација за да се осигура дека се преземени корективни чекори;
- Воспоставување соодветни процедури за документација за да се осигура дека системот за контрола е дефиниран и дека ќе се води евиденција за да се овозможи ревизија и верификација дали системот е правилно применет.

Обуката е суштински елемент на HACCP и на сите оперативни активности вклучени во производството на безбедна, висококвалитетна храна. Сите оние кои се вработени во производството на храна мора да бидат темелно обучени за нивните одговорности за да го постигнат овој резултат.

Слично на тоа, контролите на добавувачите и дистрибутерите се неопходни за производство и маркетинг на безбедна, висококвалитетна храна. Производителите мора да уверат дека добавувачите на нивните состојки се усогласени со строгите спецификации. Ова се прави со договорни аранжмани, со верификација со силен систем на тестирање и, во многу случаи, теренски инспекции на добавувачите.

Целта на сите системи за гаранција за квалитет што ги користат производителите и преработувачите на храна е да произведуваат безбедни производи кои ги исполнуваат спецификациите на производителот, вклучувајќи ги и барањата утврдени од владите. Последица е да се спречи небезбедни или неквалитетни производи да стигнат до пазарот. Во случај да дојде до дефект на системот, треба да се воспостават процедури за отстранување на производите од пазарот што е можно побрзо, така што здравјето на потрошувачите и угледот на засегнатите брендови се заштитени во најголема можна мера.

На национално и на меѓународно ниво во моментов се расправа за голем број прашања за контрола на храната, во врска со на пример патогени микроорганизми, алергени, генетски модифицирана храна, загадувачи (вклучувајќи пестициди), зрачење и означување на исхраната. Ова се важни и комплицирани работи кои бараат внимание. Контролните прашања се во различни фази на решавање и ќе бидат потребни значителни напори за нивно решавање на научен, практичен и единствен начин. Индустијата препознава дека потрошувачите играат активна, важна улога во процесот на контрола на храната преку нивното учество во процесот на поставување стандарди и дискусии за научни и технички прашања.

Јасно е дека контролата на храната вклучува многу тешки прашања. Некои од нив се високо технички, додека други се делумно технолошки и делумно политички. За потрошувачите, системите за контрола на храната мора да обезбедат значајна заштита од реални и важни опасности. Конечно, на индустријата и се потребни стандарди кои овозможуваат флексибилност и ефикасност во производството и маркетингот на храна која ќе им служи на нивните клиенти – потрошувачите во светот.

РЕФЕРЕНЦИ

Бет Иган, Вовед во производство и услуга на храна, <https://psu.pb.unizin.org/hmd329/>

Шервин Гарднер, Потрошувачи и безбедност на храна: перспектива на прехранбената индустрија,

<https://www.fao.org/3/V2890T/v2890t05.htm>

Фред Декер, Упатства за безбедност во ресторанот,

<https://smallbusiness.chron.com/restaurant-safety-guidelines-41239.html>

Основно управување со кујна и услуги за храна,

<https://opentextbc.ca/basickitchenandfoodservicemanagement/back-matter/about-the-authors/>

ПРАШАЊА ЗА РЕЗИМЕ:

Зошто е критично да се разберат многуте „играчи“ во процесот на набавки и нивните улоги?

Процесот на снабдување со ресторани вклучува многу актери и многу чекори. Во идеален свет, сè ќе работи непречено откако ќе го воспоставите вашиот процес на снабдување преку преговарање со добавувачите. Прекините во снабдувањето со ресторани се премногу распространети и тие имаат огромно влијание врз секторот. Многу вработени кои работат во испорака на земјоделство и храна може да не можат да работат поради опасни услови и заклучување. Прво, менаџерот треба да идентификува и да преговара за договори со добавувачи на храна во ресторани, како што се земјоделците и трговците на големо со храна, како и продавачите кои нудат контејнери за носење и хартиени пакувања. Наоѓањето партнери за носење сировини во ресторанот е логистички предизвик.

Каква е врската помеѓу залихите, податоците за залихите и процесот на набавка?

Главната цел на процесот на набавка е да обезбеди достапност на храна и залихи во количини и квалитет што ги исполнуваат критериумите за работа по најдобра можна цена. Секоја организација за услуги на храна треба да има воспоставен процес на купување. Сите способни готвачи треба да можат да ги купат вистинските состојки во соодветни количини, во вистинско време и за најдобра цена. Главната цел на користењето на стандардот за купување е да се осигура дека има доволно залихи од сите видови храна при рака за да се задоволат дневните потреби. Пописот на храна мора да стане редовен ритуал за создавање и одржување на овие стандарди. Ова е местото каде што има однапред одредени нивоа на количина (износот што треба да го имате при рака за да стигнете до следната нарачка) може да помогне.

Постојат три важни точки на кои треба да се внимава:

- Потребна количина
- Достапна количина
- Количина што треба да се нарача

Интегрирањето на количини во стандардни листи за нарачки или систем за нарачки ќе го олесни управувањето со залихите што доаѓаат.

Кои квалитети ги барате кај ценет снабдувач?

- Тие мора да обезбедат рентабилна структура на цени за одредено ниво на квалитет.
- Тие мора да бидат способни да обезбедат одлична услуга за испорака.
- Производите мора да бидат во добра состојба кога ќе пристигнат;
- Возачите мора да бидат внимателни.
- Испораките на храна и залихи мора да се направат навреме.
- Тие мора да имаат специфични работи на залиха за да се минимизира недостигот на снабдување.
- Тие мора да бидат способни да дадат информации за нови производи, информации за исхраната за купената храна и пазарни фактори кои влијаат на вас.
- Наместо завршување специјални услуги, „одлична услуга“ се однесува на пријатниот став на добавувачот и начинот на кој тој став е од корист за целокупното работење на услугата за храна – не само за конкретниот вработен. Добавувачот кој обезбедува одлична услуга е оној кој испорачува толку често колку што бара компанијата за услуги за храна и во одредени часови (не за време на оброците).
- Има пријателски расположени вработени кои се подготвени да однесат пакети до локацијата на примање и да ја проверат повторно точноста на нарачката.

Кои варијабли влијаат на цените на храната и понудата во прехранбената индустрија?

Цените на храната, особено, се менуваат во текот на годината поради различни фактори:

- Сезонско: Кога храната е во сезона, има поголема понуда од неа во локалната понуда на храна, намалувајќи ги цените. Понатаму, стоките што се во сезона имаат поголем квалитет и подолг рок на траење од оние што се надвор од сезоната и мора да се носат на огромни растојанија до пазарот.
- Временски услови: Екстремните временски услови може да имаат значително влијание врз цените на храната. Сушата, поплавите и непромисленото студено време ги погодува клучните региони во светот што произведуваат производи, што резултираше со зголемување на цените за различни производи.
- Транспортни трошоци: Како што поскапува бензинот или транспортот, расте и цената на храната што мора да се транспортира на пазарот.
- Цени на стоките: На пазарот на стоки се разменуваат различни артикли, како што се месо и житарки. Овие цени се менуваат кога купувачите со голем обем ги купуваат и продаваат овие работи, слично како на берза.

Каква е врската помеѓу нивото на залихи и управувањето со отпадот?

Како прво, не претерувајте со ништо, не е добра идеја да купувате работи во количина што ресторанот нема да ги користи. Честа грешка е рестораните да прифатат добра цена за голема нарачка, тоа може да биде примамливо. Доколку ресторанот не е способен да ги складира правилно, што значи дека ресторанот треба да има капацитет и соодветна инфраструктура за складирање на залихите, тие речиси сигурно ќе завршат во ѓубре.

Одржување на пописот на залихите што е можно попрецизен, што значи дека менаџерот мора точно да знае што и колку залихи има во даден момент, помага да се осигура дека храната не е заборавена и дека сè се користи правилно. Правилниот и точен попис секогаш ќе биде почетна точка за решенија за отпадоци од храна.

Кои се главните елементи на анализата на опасност и критичната контролна точка (НАССР)?

- Спроведување на анализа на опасност за да се идентификуваат опасностите и потребните контроли;
- Идентификување на критичните контролни точки;
- Воспоставување критични граници за секоја контролна точка;
- Воспоставување на процедури за следење;
- Воспоставување корективни процедури;
- Воспоставување процедури за верификација за да се осигура дека се преземени корективни чекори;
- Воспоставување соодветни процедури за документација за да се осигура дека системот за контрола е дефиниран и дека ќе се води евиденција за да се овозможи ревизија и верификација дали системот е правилно применет.

КВАЛИФИКАЦИЈА 3. МЕНАЏМЕНТ ВО ИНДУСТРИЈАТА HORECA

МОДУЛ 2: КОМУНИКАЦИЈА СО КЛИЕНТОТ

ЕЛЕМЕНТИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА УСЛУГА НА КЛИЕНТИТЕ

Зошто е важна добрата услуга за клиенти во рестораните?

Добрата услуга за клиенти е важна во индустријата за ресторани, бидејќи може да го одреди целокупниот успех на ресторанот. Еве список на причини зошто е толку важно:

- Среќните клиенти создаваат повеќе позитивни повратни информации и прегледи за вашиот ресторан.
- Одличната услуга за клиенти може да ги зголеми приходите.
- Поверојатно е дека задоволните клиенти ќе станат редовни клиенти.
- Задоволни клиенти го препорачуваат ресторанот на пошироката заедница.
- Долговечноста на бизнисот обично се потпира на добрата услуга за клиентите.

Елементите на професионалната услуга за клиенти се:

- Ставете ги потребите на клиентите на прво место.
- Разјаснете ги целите и предизвиците на клиентите.
- Дајте приоритет на квалитетот пред квантитетот.
- Вклучете ги клиентите со вистински интерес и ентузијазам.
- Создадете достапни опции за поддршка на сите канали на информирање.
- Решавајте проблеми заеднички.
- Побарајте повратни информации и учете од клиентите.

Проширете ја вашата дефиниција за услуга

Од начинот како ја дефинирате услугата ќе зависи и тоа како ја обликувате секоја интеракција што ја имате со вашите клиенти. Ограничените дефиниции за услугата засновани на размена на пари за стоки или услуги ја промашуваат целокупната поента на услугите на клиентите. „Услугата“ треба да му обезбеди на клиентот повеќе од производ или дејство преземено во негово/нејзино име. Треба да обезбеди задоволство и незаборавно искуство. Во суштина, клиентот треба да си замине задоволен од резултатот од трансакцијата – не само задоволен, туку всушност среќен. Среќниот клиент ќе продолжи да биде купувач и клиент што се враќа.

Постои чиста математичка равенка за развојот на бизнисот кога има задоволни клиенти.

1☺ = 1+1 лојални клиенти

1☹ = Изгубени се 10 потенцијални клиенти

Еден задоволен клиент носи уште еден потенцијален клиент.

Еден незадоволен клиент го споделува искуството со 10 потенцијални клиенти кои најверојатно нема да ги користат вашите капацитети врз основа на препораката.

Кои се вашите клиенти?

Клиентите се луѓето кои сакаат да платат фер цена за квалитетна услуга или производи и се чувствуваат задоволни со повратот на инвестицијата (вредност за парите). Тие исто така сакаат некој да се грижи за нив. Ним им треба некој што ќе ги разбере нивните потреби и ќе помогне во нивно задоволување. Ним им треба некој да ги држи за раце и да ги води низ некој процес. Услугата за клиенти започнува со способноста да се слуша клиентот и да се открие што му треба или што сака преку поставување прашања на љубезен и внимателен начин. Користејќи ги вистинските прашања, можете да дознаете повеќе за тоа што му се допаѓа или не му се допаѓа на клиентот и со какви предзнаења доаѓа.

Освен „надворешните клиенти“, во секоја организација има „внатрешни клиенти“. Внатрешен клиент е секој во организацијата на кој му е потребна помош или интеракција од друг колега за да ги исполни своите работни обврски. Внатрешни клиенти се сите вработени / соработници. Запомнете, внатрешниот синџир на клиенти е идентичен со надворешниот, сите ние сме клиенти и внатре и надвор од организацијата. Според една статија на Вол Стрит Журнал, „Вработените кои се лошо третирани исто толку лошо се однесуваат и со клиентите.

Во последно време пазарот на трудот стана многу тежок за работодавците бидејќи понудата на работна сила е пониска од потребната работна сила во секторот HoReCa. Имајќи го ова предвид, внатрешниот клиент е исто толку важен, ако не и поважен, од надворешниот клиент.

КАРАКТЕРИСТИКИ НА КЛИЕНТИТЕ

По спроведувањето на истражување на човечките емоции, д-р Вилијам Молтон Марстон во 1928 година ја објавил книгата „Емоции на нормалните луѓе“. Тој објасни дека луѓето ги илустрираат своите емоции користејќи четири типа на однесување. Тој тврди дека овие типови на однесување потекнуваат од чувството на луѓето за себе и нивната интеракција со околината. Тој ги засновал четирите типа на две основни димензии кои влијаеле на емоционалното однесување на луѓето. Првата димензија е дали личноста ја гледа својата околина како поволна или неповолна. Втората димензија е дали личноста се перцепира себеси дека има контрола или недостаток на контрола над својата околина.

Според овие научни истражувања, клиентите можат да се групираат според нивните бихевиорални карактеристики во 4 главни групи на стилови:

Доминација – луѓе кои се директни, предизвикувачки, одлучувачки и претпочитаат брза и точна комуникација

Влијание – луѓе кои се ентузијастички, соработуваат, интерактивни, оптимисти и претпочитаат двонасочна комуникација.

Постојаност – луѓе кои се рамномерни, хармонични, трпеливи, толерантни и сакаат комуникација со емоции и разбирање.

Усогласеност – луѓе окарактеризирани како аналитички, перфекционисти, точни и темелни кои претпочитаат комуникација заснована на факти.

Современото бихевиорално истражување сугерира дека најнефективните луѓе се оние кои се разбираат себеси и другите. Колку повеќе некој ги разбира сопствените лични предности и ограничувања, заедно со способноста да се идентификуваат и разберат силните страни и ограничувањата на другите, толку подобро ќе може да развие стратегии за да се задоволи барањата на клиентите. Резултатот ќе биде успех на работа и во заедницата.

Познавањето на стиловите ќе влијае позитивно на ефективната комуникација со клиентите (надворешни и внатрешни), градење ефективни тимови, решавање и спречување на конфликти.

Ефективна комуникација - Социјалната интеракција отсекогаш била клучна за успехот, а во некои случаи дури и за опстанокот, но со зголемената употреба на технологијата доаѓа и потребата за подобра комуникација. Најнефективниот начин да се стекне посветеност и соработка од другите е да се „влезе во нивниот свет“ и да се „прилагоди“ кон нивниот стил на однесување: набљудувајте го говорот на телото на една личност, „како“ тие дејствуваат и комуницираат со другите. Прилагодувањето кон нивниот стил прави посебно искуство и задоволство од понудената услуга.

Градење ефективни тимови - Луѓето имаат тенденција да бидат престојни еден кон друг, постојано да го осудуваат однесувањето; затоа, развојот на тимот има тенденција да биде забавен или запрен поради проблеми со луѓето. Свеста за разликите во однесувањето има непосредно влијание врз комуникацијата, решавањето конфликти и мотивацијата на тимот. Според специјалистите за развој на тимови, повеќето тимови никогаш не успеваат да постигнат високи перформанси без обука за моделите на однесување и без посветеност истите да се користат од највисокото раководно ниво па надолу во хиерархијата.

Решавање и спречување на конфликти - Разбирањето на стилските сличности и разлики ќе биде првиот чекор во решавањето и спречувањето на конфликтот. Со задоволување на потребите во однесувањето на личноста, ќе можете да препознаете многу проблеми пред да се случат. Луѓето претпочитаат да бидат управувани на одреден начин. Некои ја сакаат структурата, а некои не. Некои сакаат да работат со луѓе, а некои претпочитаат да работат сами. Менаџментот „со пукање на слепо“ не функционира во 21 век.

ГРАДЕЊЕ ЗАДОВОЛСТВО НА КЛИЕНТИТЕ

Градењето на задоволството на клиентите е сложен процес кој се состои од:

1. Развивање пријателски пристап кон клиентите
2. Обезбедување професионални квалитети во услугите за клиентите

1. Развијте пријателски пристап кон клиентите

Многу е важно да се развие систем и став кој промовира пријателска услуга за клиентите. Под „пријателска за клиентите“ подразбираме гледање на клиентот како најважен дел од вашата работа. Клишето „Клиентот е секогаш во право“ е изведен од ова пријателско опкружување за клиентите.

Два критични квалитети се врзани за „пристапот пријателски кон клиентите“:

- Комуникација и
- Градење на односи

Двете главни задачи на успешните односи со клиентите се комуницирањето и развивањето добри односи. За ова не е потребен огромен напор, но не се случува ни веднаш. Позитивниот дијалог/ комуникација со вашите клиенти и развивањето постојани односи со вашите клиенти се можеби двата најважни квалитети кон кои треба да се стремите во услугите на клиентите. Што значи, услуга за клиенти, во контекстот споменат претходно, значи услугата за клиенти со обезбедување квалитетен производ или услуга што ги задоволува потребите/желбите на клиентите и ги стимулира повторно да се враќаат.

Добрата услуга за клиенти значи многу повеќе - тоа значи континуиран успех, зголемен профит, поголемо задоволство од работата, подобрен морал на компанијата или организацијата, подобра тимска работа и проширување на услугите/производите на пазарот.

2. Професионални квалитети во услугата за клиентите

Професионалците кои постојано се занимаваат со клиенти (внатре и надвор од компанијата) треба да се стремат кон одредени квалитети кои ќе им помогнат да одговорат на потребите на клиентите. Клиентите имаат многу потреби, но шесте основни потреби кои се издвојуваат се:

- Пријателството - најосновна и поврзана со учтивост и внимателност.
- Емпатија - клиентот треба да знае дека давателот на услугата ги цени нивните желби и околности.
- Правичност - клиентот сака да чувствува дека добива соодветно внимание и разумни одговори.
- Контрола - клиентот сака да почувствува дека неговите/нејзините желби и насоки имаат влијание врз исходот.
- Информации - клиентот сака да знае за производите и услугите. Вработените мора да ги знаат сите информации за производот што го обезбедуваат. Кажувањето „не знам“ или „тоа не е мој оддел“ автоматски значат омаловажуваат и деградирање во умот на клиентот. Клиентите сакаат информации, а тие не ја почитуваат и не ѝ веруваат на личноста која треба да има информации, но нема.
- Почитување - покажувајќи почит додека се грижите за внатрешните правила и прописи, бара највисоки вештини од менаџментот за балансирање во пристапот со клиентите.

Затоа, Менаџерот во HoReCa мора да ги има сите горенаведени квалитети: пријателство, емпатија, чувство за тоа што е фер и информираност за да се создаде и одржи задоволството на клиентите.

Покрај овие квалитети, вработените треба да го покажат следново, со цел да се постигне посакуваното ниво на задоволство на клиентите:

- Насмевка - нема ништо како насмевка и пријатно лице за да се поздрави клиентот, особено ако тој/таа има поплака. Насмевката и љубезниот разговор можат веднаш да го разоруваат незадоволниот клиент. Изразот на лицето дава позитивен тон уште пред да почнете да зборувате. Опуштениот или пријатен израз на лицето е идеален во поголемиот дел од времето.
- Контакт со очи - секогаш гледајте го во очите вашиот клиент. Директно обраќајте им се на клиентите.
- Како изгледате - личниот префинет изглед има големо влијание врз вашите клиенти. Валкани раце, неуредна коса и лош фустан може да значат губење на инаку среќен клиент. Кога комуницирате со клиентите, облечете се уредно и на професионален начин за да добиете почит и да им дадете до знаење на клиентите дека сериозно ја сфаќате вашата позиција.

- Ракување – кога се ракувате со клиент се очекува цврсто и професионално ракување. Ваквиот начин на поздравување сега е вообичаен и кај мажите и кај жените во професионална средина.
- Бидете внимателни – кога слушате клиент, малку навалете се кон вашиот клиент и климајте со главата толку благо за да покажете дека слушате.
- Тон на гласот – секогаш пренесувајте пријателство и внимание. Не го кревајте гласот со фрустрација или лутина, без разлика колку е тешко или заморно се однесува клиентот.
- Движења со рацете – користете движења со рацете за да го нагласите она што го кажувате (дури и на телефон) и да ги нагласите вашите чувства. Особено кога го водите клиентот до слободното место за седење, користете го посочувањето за тој/таа да биде свесен за насоката.
- Личен простор – ова е растојанието помеѓу вас и друга личност што влијае клиентот да се чувствува удобно. Ако друга личност ви пријде и го нападне вашиот личен простор, вие автоматски се враќате назад без размислување. Непријатно ви е. Оставете соодветно растојание помеѓу вас и вашиот клиент. Соодветниот простор е важен за клиентите да се чувствуваат сигурно и без закана.
- Држење на телото – слегнување на стол или потпрење на сид додека комуницирате со клиентот се сигурни знаци дека не сте заинтересирани за клиентот. Вашата поза или држење треба да изрази внимание, пријателство и отвореност. Наведнете се напред, свртете се кон клиентот и кимнете со главата за да му дадете до знаење дека сте заинтересирани. Застанете исправено дури и кога не сте во директен контакт со клиентот. Покажете почит кон вашата работна позиција и кон случувањата на вашето работно место.
- Набљудување – забележувајте како се однесува вашиот клиент и на што тој/таа реагира позитивно додека давате услуга.
- Среќа – Ако вработените се среќни на своето работно место, тогаш ќе бидат среќни и клиентите. Запомнете дека се што добро се случува во вашиот ресторан е поради вработените. Менаџерот мора да се погрижи да ги одржува среќни со тоа што редовно ќе се занимава со нив и ќе се осигура дека тие се задоволни. Тој треба да побара мислење и сугестија од вработените за сè што може да се промени во или околу ресторанот за да се зголеми задоволството на клиентите или да се направат работите да се одвиваат понепречено во интеракција со кујната/барот. Менаџерот треба да направи да се чувствуваат дека се важни членови на тимот.

Имајќи личен однос со вашите вработени, ќе создадете среќна атмосфера и ќе го зголемите задоволството на купувачот. Запомнете дека вашиот персонал ве претставува, затоа покажете ја вашата најдобра страна!

Секоја компанија во HoReCa има своја култура. Културата ги вклучува визијата, вредностите, нормите, системите, симболите, јазикот, претпоставките, верувањата, мисијата и навиките. Лидерот има огромно влијание врз културата на ресторанот или хотелот, со тоа што ги живее основните вредности и ги охрабрува во тимот. Лидерот мора да негува вредности кои се високо ценети од клиентите, на пример пријателство, учтивост, емпатија, правичност. На овој начин вработените и клиентот ќе ги делат истите вредности.

СТРУКТУРА НА СТАНДАРДИ ВО ИНДУСТРИЈАТА HORECA

Менаџерите во HoReCa треба да воспостават и одржуваат листа на најважните стандарди кои создаваат уникатно искуство со клиентите, како што се:

- Услуга за клиентот од сите аспекти.
- Професионалност и познавање на персоналот.
- Ефикасност на услугата, благосостојба на гостите.
- Гостопримство и личен пристап.
- Изглед на персоналот, употреба на јазик, комуникација.
- Манири и учтивост на персоналот.
- Можности и вештини за продажба.

“Во свет каде што работите сè повеќе стануваат стоки (особено услугите), вистинската разлика станува личното искуство што можете да го создадете во животот на вашите клиенти..” – Џон Бесант.

Дефинитивно сте слушнале за онаа „дополнителна милја“ на која сите се радуваме. Па, во светот на услугите на клиентите и грижата за клиентите, не постои начин да се заобиколи тој принцип – барем ниту еден нам познат. Мора да испешачите дополнителна милја. Во индустрија каде што жестоката конкуренција е норма, а удобноста, уживањето и задоволството на клиентите се клучни, императив е да се инвестира во услугите за клиентите на највисоко ниво, претпоставувајќи дека успехот е вашата крајна цел.

Десет стандарди се најважни за градење на задоволството на клиентите и стекнување компаративна предност:

1. Стремете се кон лојалност
2. Конзистентност
3. Поставете јасни очекувања
4. Изградете тимска средина
5. Водете со пример
6. Изградете специфична нишка
7. Работете на ефективна ПР стратегија
8. Наградете ја лојалноста
9. Совладајте ја „играта“ на социјалните медиуми
10. Вештината е клучна

Ајде да го разработиме секој од овие стандарди.

1. Стремете се кон лојалност. Научете да бидете флексибилни и приспособливи на секоја потреба на клиентот, без разлика колку тие изгледаат ирелевантни. Кажете му ги на вашиот гостин сите вистински причини зошто тој/таа треба да се врати. Со тоа ќе создадете доверба помеѓу клиентот и вашиот производ

и ќе изградите мрежа на лојални клиенти, од суштинско значење во услови на преовладувачката жестока конкуренција, бројните добро етаблирани брендови, разновидните концепти што го преплавуваат пазарот и очекувања на гостите кои се повеќе од високи. Клиентите кои се задоволни од целокупното искуство на хотелот/ресторанот сигурно ќе ги посетат повторно, без оглед на цената, пакетот или зделката што ја добиваат, бидејќи удобноста и довербата се сè, а цената не е ништо друго освен фактор во процесот на селекција.

2. Конзистентност. Доследноста во хотелската и услужната индустрија е исто толку суштинска како и воздухот што го дишаме. Без него, бизнисот на крајот ќе ги изгуби своите столбови и ќе се урне. Доследноста го опфаќа секој поединечен аспект од бизнисот; тоа е најзагарантирана форма за одржување на високи стандарди и квалитет во сите нешта, цело време. Обезбедувањето одлична услуга во текот на целата година може одеднаш да се покаже безначајно ако биде уништено од еден погрешен чекор или мала грешка. Клиентот всушност може да го проколне брендот поради само една грешка - и тоа не сакате да се случи!
3. Поставете јасни очекувања. Откако ја препознавме важноста на лојалноста и довербата помеѓу клиентот и бизнисот, се подразбира дека услугата што му се дава на клиентот треба да биде еквивалентна (ако не и повисока) по квалитет, супериорност и стандарди на очекувањата поставени од хотелот/ресторанот за понудените и промовирани производи. Најмалата разлика помеѓу „она што се очекува“ и „она што всушност се нуди“ може да има штетен ефект врз довербата на клиентот во услугите што ги обезбедува хотелот/ресторанот како целина.
4. Изградете тимска средина. Сите членови на тимот треба да работат како колективна единица за да ги постигнат целите на брендот и да ги надминат секојдневните предизвици и шанси.
5. Водете со пример. Позитивните лидери на тимови им всадуваат на своите подредени чувство за цел, решителност за успех и силна верба во нивната способност да ги постигнат поставените цели. Лидерите мора да водат со пример, да му дадат тон на персоналот и да ги научат на најдобрите методи за интеракција со гостите, како и на најбезбедните, најефикасните начини за справување со настанатите прашања и правовремено справување со потенцијалните проблеми.
6. Изградете специфична нишка. Во рамките на веќе преполната услужна индустрија, многу е важно да дефинирате што, на која целна група и нудите и на кој начин. Направете ја вашата сопствена нишка, така што клиентите ќе препознаат дека сте објект за посета меѓу сите конкуренти.
7. Работете на ефективна ПР стратегија. Професионалците за односи со јавноста (ПР) се од суштинско значење за секој деловен потфат, бидејќи тие се потпираат на комуникацијата од уста на уста за да помогнат да се изгради позитивна репутација на кој било даден бренд и да го продаваат својот производ на целната публика, под различни аранжмани. Усвојувањето ефикасна стратегија за односи со јавноста не само што ќе ви помогне да ги организирате вашите ПР активности, туку и да донесувате стратешки одлуки околу најдобрите начини за маркетинг и да ги продавате вашите производи непречено и без напор.

8. Наградете ја лојалноста. Дефинирајте непобедлива шема за награди и лојалност за вашите гости. Таквите програми обично се користат од хотелите за да привлечат и задржат клиенти, и да ги наведат деловните патници или други чести гости на хотелот да го фаворизираат тој одреден бренд или група хотели пред другите, кога имаат голем број на избори. Не е тајна дека клиентите, особено оние честите, попрво би резервирале хотели кои нудат вакви програми за наградување и лојалност.
9. Совладајте ја играта на социјалните медиуми. Социјалните мрежи го зафатија светот. Во денешно време, ниту еден бизнис, индустрија или идеја не може да се пробие до јавноста, освен ако не е присутен на социјалните медиуми. Верувајте во моќта на убаво изработените пораки и соодветно испорачаните идеи, не само преку контент маркетинг, туку и преку социјалните медиуми, за да допрете до најширокиот опсег на клиенти. Платформите како Инстаграм, Фејсбук и Твитер се покажаа од голема вредност во смисла на поттикнување на чувството на желба кај публиката (следбениците на јазикот на социјалните мрежи), желба за производите и услугите на хотелот/ресторанот.
10. Вештината е клучна. Инвестирајте во тим од искусни професионалци. Да се има вистинскиот талент на вистинското место е од суштинско значење за организирање на бизнисот и развивање на способностите на тимот, секој во своето поле на експертиза. Лидерство, креативност, управување со времето, организациски вештини, силна работна етика, позитивен став и способност да се прифати критиката и да се учи од неа, се квалитети и вештини што треба да ги барате кај потенцијалните членови на персоналот. Последно, но не и најмалку важно, „заразете ги“ членовите на вашиот тим со пристап насочен кон клиентите во сè што прават и инвестирајте во градењето на нивното знаење за гостопримството, нивно слободното време, здравјето и благосостојбата.

Техники за справување со тешки ситуации

Управувањето со клиентите во хотел или ресторан е уметност. Од справување со тешки клиенти кои никогаш не се задоволни без разлика на сè, до обезбедување на услугата на ниво на извонредност. Справувањето со прашања поврзани со услугите на хотелот/ресторанот со ваш личен печат и грижа може да ги трансформира несреќните клиенти во лојални клиенти. Правилното управување со клиентите во хотелот/ресторанот води до задоволни клиенти, а задоволството на клиентите, како што е објаснето претходно е една од најважните работи во HoReCa индустријата.

Менаџерите и вработените во угостителскиот сектор често се среќаваат со тешки клиенти.

Постојат три вида тешки клиенти кои можат да влијаат на вработените во хотелот/ресторанот.

- Грубиот клиент ќе го процени секој детаљ и ќе се жали во врска со истиот – од начинот на кој ги виткате салфетките до температурата во просторијата, до храната што ја послуживте. Често, громогласните клиенти не се незадоволни поради вас и вашиот хотел/ресторан. Најверојатно со себе ги носат секојдневните фрустрации кога излегуваат на оброк, одмор или службено патување. Затоа, запомнете, критиката не е наменета да ве повреди – тоа е само нивен начин малку да се олабават. Никогаш не сфаќајте го тоа лично.

- Брзиот клиент е клиентот кој секогаш брза и сака сè да се направи многу брзо. Запомнете, тоа е нивниот стил, ништо лично. Тие може да се сосема различни од вредностите на објектот и затоа се чини дека се тешки.
- Лутиот клиент обично е многу гласен, пцуе или е восприемен како дека се однесува на заканувачки начин. Се случува понекогаш услугата да не е на ветеното ниво и клиентот е во право. Во некои случаи, сè е направено совршено добро, но клиентот имал други очекувања. Запомнете „клиентот е секогаш во право“. Дури и ако не се согласувате со клиентот, останете смирени и учтиво обидете се да ги решите неговите поплаки. Можеби нема да биде возможно да се задоволи секое барање на клиентите, но секогаш можете да се обидете да ги натерате да се чувствуваат ценети.

Во сите случаи запомнете дека треба да бидете секогаш љубезни, без разлика на сè.

Важно е да се запамети дека овие тешки клиенти лесно можат да станат несреќни клиенти во случај ако имаат проблем, а ние не го решиме нивниот проблем брзо. Бизнисот не сака да има несреќни клиенти бидејќи несреќните клиенти често ги споделуваат своите поплаки со врсниците и пишуваат лоши критики на различни форуми и на социјалните медиуми. Оттука, треба да бидете дополнително внимателни во пристапувањето и решавањето на нивните проблеми, без разлика колку сте преплавени со чувства. Решавањето на нивните поплаки може да создаде можности да се вратат и конзумираат повеќе и да ве препорачаат на пријатели, роднини или конекции на социјалните мрежи.

Кога не сте способни да се справите со тешки клиенти и вашиот одговор на нивната жалба е „извинете, не сум јас виновен“, „не можам ништо да направам“ или „колегите во кујната згрешија“, тогаш вашата услуга за клиенти е слаба. Добрата услуга за клиенти значи отчетност, одговорност и преземање активности за задоволување на клиентот. Клучно е да можете да комуницирате со незадоволен клиент. Затоа, за да го направите тоа, мора да користите одредени техники на професионалната услуга за клиенти за да ја добиете поддршката од клиентот и да продолжите да го имате како клиент.

Методи за справување со тешки ситуации со клиентите

Секој горенаведен тежок клиент создава различни околности за менаџментот на хотелот/ресторанот и вработените.

Грубиот клиент. Во ресторан пречекајте го клиентот весело и проверете дали неговиот келнер пријатно се однесува со него/неа. Не се расправајте со него/неа. Љубезно слушајте ги неговите поплаки, но не охрабрувајте го. Користете активни вештини за слушање (користење отворени прашања, парафразирање и сумирање). Немојте да бидете вознемирени од неразумни поплаки. Како вработен, користете бавно темпо и фокусирајте се на факти и аргументи кои се реални и не се навредливи. Држете растојание и бидете високо професионални.

Во хотел, внимавајте не само за непосредната интеракција на сличен начин како ресторанот, туку и дослушнете однапред за други услуги за кои е познато дека клиентот ги користи или ќе сака да ги користи за време на неговиот престој. Ако причината за нивната намќорлук е нешто предизвикано од хотелот, тогаш задолжително треба да се преземе акција. Треба да се известат сите локации во хотелот дека треба да вложат максимални напори за да бидат весели и корисни за овој клиент. Расположенијата обично се минливи, но тие се претходник на лошата перцепција за услугата. Сè што може да се направи треба да се направи за да се подигне расположението на клиентот.

Брзиот клиент. Во ресторан, однапред кажете му на клиентот приближно колку долго ќе трае услугата. Прашајте колку време имаат да поминат во ресторанот. Давајте ја најдобрата можна услуга под овие околности. Понудете алтернативи за да ја одржите услугата кратка. Како вработен, користете брзо темпо, зборувајте побрзо и повторете ја нарачката што е можно пократко и побрзо.

Во хотел прашајте кој е нивниот рок и што предизвикува брзање. Можеби ќе можете да понудите предлози за да ја олесните брзата. На пример, да се јавите однапред за да пренесете известување дека клиентот ќе доцни или да понудите алтернативни аранжмани за патување кои ќе бидат побрзи.

Лутиот клиент. Во сите случаи слушајте го клиентот, изразете жалење за настанот што ја поттикна неговата/нејзината поплака, заблагодарете му се на клиентот што го побара вашето внимание и обидете се да ја поправите грешката.

Ако клиентот е многу гласен, пцуе или сметате дека се однесува на заканувачки начин и е во близина на други клиенти или колеги, замолете го да појде со вас во делот за специјални гости/настани, подалеку од местото на настанот. Кажете му на клиентот дека сакате да ги слушнете деталите за да можете да го разберете проблемот, за да можете да го решите истиот. Побарајте од клиентот да седне. Многу е потешко да остане лут кога седи, поради врската со намалените движења на рацете и телото во седечка положба. Исто така, во голема мера ја губи висинска разлика и поврзаната перцепција за моќ. Ако клиентот сè уште е лут, понудете му да се напие нешто, прашајте дали ќе пречи ако појдете да земете хартија и пенкало за да запишете што вели за да меморирате точно што се случило или едноставно можете да кажете дека ќе одите да побарате некој од претпоставените за да може побрзо да се реши нивниот проблем. Направете сè што можете за оправдано ги оставите сами лутите клиенти, на шеесет секунди или повеќе. Тешко е да се лутиш сам. Сепак, не претерувајте и не одвојувајте десет минути, бидејќи ќе им дадете друга причина да бидат лути на вас.

Ако по некое време и користејќи ги сите техники со кои можете да им помогнете да ги смират своите емоции, тие продолжат да се однесуваат на заканувачки начин или викаат и пцујат, кажете им: „Навистина сакам да ви помогнам господине/госпоѓо, но не можам да продолжам со овој разговор освен ако не застанете со зборување“.

Активно слушање

Како што споменавме претходно, кога услужувате клиент, треба да имате добра комуникација со него/неа. За да комуницирате добро со клиентот, треба да бидете во можност не само да слушате што вели тој/таа, туку и активно да слушате.

Активното слушање бара од слушателот целосно да се концентрира, да разбере, да одговори и потоа да запомни што е кажано. Вложувате свесен напор да ја слушнете и разберете целосната порака што е кажана, наместо само пасивно да ја слушате пораката на говорникот.

Слушањето е најфундаменталната компонента на комуникациските вештини. Слушањето не е нешто што едноставно се случува, слушањето е активен процес во кој се донесува свесна одлука за слушање и разбирање на пораките на соговорникот.

Различни студии ја нагласуваат важноста на слушањето како комуникациска вештина. Студиите во просек велат дека трошиме 70–80% од нашите часови кога сме будни во некоја форма на комуникација. Од тоа време, трошиме околу 9 отсто на пишување, 16 отсто на читање, 30 отсто на зборување и 45 отсто на слушање.

Студиите исто така потврдуваат дека повеќето од нас се сиромашни и неефикасни слушатели. Повеќето од нас не се многу добри во слушањето. Истражувањето сугерира дека паметиме помалку од 50% од она што го слушаме во разговор.

Има многу придобивки од активното слушање во угостителскиот сектор, тие вклучуваат:

1. Градење длабока доверба - Активното слушање им помага на другите луѓе да се отворат. Тие можат да почувствуваат дека нема да избрзувате со заклучоци врз основа на површни информации. Тие исто така сфаќаат дека доволно се грижите за нив слушајќи внимателно. Градењето доверба бара време, но и води до големи придобивки како што се доживотни пријателства и лојални клиенти за сите времиња.
2. Зајакнување на вашето трпение - Способноста да се биде добар слушател бара време и треба да ја развивате оваа вештина со редовни напори низ текот на времето. Но, како што постепено станувате сè подобри и подобри во слушањето, автоматска придобивка е тоа што развивате трпение. Трпение да дозволите на другата личност искрено да ги изрази своите чувства и мисли додека вие не осудувате.
3. Ве прави пристапен - Кога се претставувате како трпелив слушател, луѓето чувствуваат поприродна склоност да комуницираат со вас. Со тоа што сте тука за нив, им давате слобода да ги изразат своите чувства.
4. Зголемување на компетентноста и знаењето - Одличните вештини за слушање го прават вработениот покомпетентен и способен, без разлика на позицијата. Колку повеќе поединецот може да добие информации од состаноците, упатствата и извештаите што му се доставени, толку поефикасно и поуспешно ќе ја заврши задачата. Слушањето, исто така, гради знаење и помага да се исполнат работните барања преку прогресивно учење.
5. Заштеда на време и пари - Ефективното слушање не само што ги намалува ризиците од недоразбирање и грешки кои можат многу да му наштетат на бизнисот, туку и заштедува време и пари.

Што го прави еден човек добар слушател?

Добрите слушатели активно се обидуваат да разберат што навистина се обидуваат да кажат другите, без оглед на тоа колку пораките се нејасни. Слушањето вклучува не само напор да се декодираат вербалните пораки, туку и да се интерпретираат невербални знаци како што се изразите на лицето и физичката положба.

Исто така, треба да му покажете на лицето што зборува дека слушате преку невербални знаци, како што се одржување контакт со очите, климање со главата и насмевка, согласувајќи се со кажување „Да“. Кога слушателот ги дава овие знаци, клиентот обично ќе се чувствува помирно и полесно, отворено и искрено ќе комуницира.

Постојат три чекори за активно слушање:

Слушај: Се фокусираат на говорникот. За што зборува тој/таа? Слушајте ги зборовите, но и чувствата зад зборовите.

Прашање: Целта на овој чекор е прво да покажете дека обрнувате внимание на клиентот; второ да соберете информации и трето да има појаснувања на темата. На овој чекор поставувате отворени прашања.

Одговори: Кога ќе одговорите, можете да:

- Размислите за кажаното, одразете ги чувствата на говорникот.
- Парафразирате - Повторете ги главните кажани идеи и чувства
- Појасните - Со поставување прашања или повторување на погрешно толкување го принудувате соговорникот да објасни дополнително.
- Сумирајте ги нивните зборови гласно или во вашата глава. Повторувањето на она што тие го кажале ви помага да бидете сигурни дека имате точно разбирање. Обидете се да го сторите тоа со свои зборови за да го зголемите вашето разбирање за она што тие го кажале.

Вербални знаци на активно слушање

- Позитивно засилување - ова може да биде силен сигнал за внимателност, но преголемата употреба може да биде досадна за говорникот. Повремените зборови и фрази, како што се: „многу добро“, „да“ или „навистина“ ќе покажат дека обрнувате внимание.
- Помнење - обидете се да запомните неколку клучни точки, како што е името на говорникот. Може да помогне да се поддржи она што е кажано дека е и разбрано. Сеќавањето на детали, идеи и концепти од претходните разговори докажува дека вниманието се задржало и веројатно ќе го поттикне говорникот да продолжи.
- Прашање - слушателот може да покаже дека обрнувал внимание поставувајќи релевантни прашања и/или давајќи изјави со кои се надоврзува на кажаното или помагаат да се разјасни што кажал говорникот. Со поставување на релевантни прашања, слушателот исто така помага да се зајакне чувството дека има интерес за она што го кажува говорникот.
- Појаснување - ова вклучува поставување прашања на соговорникот за да се осигура дека е примена точната порака. Појаснувањето обично вклучува употреба на отворени прашања што му овозможуваат на соговорникот да се доискаже за одредени точки, доколку има потреба.

Невербални знаци на вештините за активно слушање

Не е убаво да знаете дека разговарате со некој кој не ве слуша. Постојат неколку едноставни чекори што можете да ги преземете за да му дадете на соговорникот до знаење дека активно слушате.

Луѓето кои слушаат веројатно ќе покажат барем некои од овие знаци. Сепак, овие знаци можеби не се соодветни во сите ситуации и во сите култури.

Насмевка – Насмевките покажуваат дека слушателот обрнува внимание на она што е кажано или како начин на согласување или покажување среќа за пораките што ги добива. Во комбинација со климање со главата, насмевката може да биде многу силна за да потврди дека пораките се слушаат и разбираат.

Контакт со очи – нормално и обично е охрабрувачки за слушателот да биде следен со поглед од соговорникот. Сепак, контактот со очите може да биде застрашувачки. Комбинирајте контакт со очите со насмевки и други невербални пораки за да го охрабрите соговорникот.

Поза – може да каже многу за испраќачот и примачот во меѓучовечките интеракции. Внимателниот слушател има тенденција да се наведува малку напред или настрана додека седи.

Одвркање – активниот слушател не е расеан и не гледа во часовникот, не си игра со косата и друго. Никогаш нема да ја прекине дискусијата за да им служи на други клиенти (како на пример брзиот клиент кој инсистира и влегува во збор)

Справување со тешки емоции и вежбање самоконтрола во конфликтни ситуации

Науката за емоциите го објаснува начинот на кој човечкото суштество реагира на надворешни настани.

Невронауката (проучување на биолошките механизми на мозокот) покажа дека секогаш кога се случува некој настан околу нас (како на пример начинот на кој некој зборува со нас во ресторан/ хотел), првото нешто што се случува е нашиот т.н. емоционален мозок го означува тој настан како награда или закана; или пријател или непријател. Работата на емоционалниот мозок е да донесува многу брзи, несвесни определби за тоа дали нешто или некој е безбеден/но или не. Информацијата, која всушност е емоција, се доставува до таканаречениот рационален мозок кој е вклучен во тоа да ни помогне да го одвоиме доброто од лошото и подобро од најдоброто. Тоа ни помага да го предвидиме однесувањето и да го одредиме најдоброто однесување како одговор на соодветен настан.

Имајќи го ова предвид, човечкото суштество ги третира негативните реакции на лидерите како закана и ја активира непродуктивната состојба во нас. Во непродуктивна состојба сме загрижени, фрустрирани, под стрес, веројатно исто како и лидерот кој реагира од конфликт. Кога сме во непродуктивна состојба (водени од непријатните емоции) имаме тенденција да размислуваме тесно, ограничено и да сакаме да се заштитиме имајќи на ум само едно решение – одбраната.

Дејствувањето од одбрана не е добро за било која врска, особено со клиентите што сакаме да бидат задоволни од услугите на нашиот хотел или ресторан.

Луѓето кои демонстрираат самосвест како компетенција изгледаат присутни, се свесни за нивните емоции, можат да ги вербализираат, се способни активно да го слушаат клиентот и се продуктивни во дискусиите. Вработените кои не се самосвесни изгледаат исклучени и како такви предизвикуваат уште полоша реакција кај клиентот.

Друга исклучително важна компетенција на емоционалната интелигенција е свесност за другите. Луѓето кои ја покажуваат оваа компетенција изгледаат како сочувствителни со длабоко разбирање на потребата на клиентот, подготвени се да го поддржат и утешат клиентот, додека вработените кои ја немаат оваа компетенција изгледаат како нечувствителни, провоцирајќи го клиентот да биде уште поагресивен и арогантен.

Овие компетенции на емоционалната интелигенција се уште поважни за справување со тешки клиенти во споредба со сите други меки и технички вештини споменати погоре.

СТАВ НА САМОУВЕРЕНОСТ КАКО ПОЧИТУВАЊЕ НА СОПСТВЕНИТЕ И ГРАНИЦИТЕ НА КЛИЕНТИТЕ

Правило број еден во тешките ситуации со клиентите е не сфаќајте го лично и потрудете се да сфатите како да одговорите на потребите / жалбите на клиентите без да кажете НЕ или НЕ Е или НИКОГАШ и сепак искажете го вашето мислење и вредностите на хотелот/ ресторант. Асертивноста е едно од корисните однесувања.

Во деловните, па дури и во приватните односи, луѓето честопати ги мешаат асертивноста и агесијата. Асертивноста се меша со тоа да се биде луд, груб, злобен, неучтив. Кога ќе се претера

со самоувереност, сите наведени однесувања може да се сфатат како негативни. Значи, треба да се разбере какво однесување се перцепира како асертивност видена како силна страна.

Да се биде асертивен значи да се почитувате себеси и другата личност без да се загрозат правата на ниту една личност како човечко суштество. Асертивното однесување гради силни односи со другите и им овозможува на другите да се чувствуваат слушнато и разбрано иако вие не мора да се согласувате со нив. Следниве се некои карактеристики на асертивните луѓе, кои треба да ги поседуваат.

1. Тие имаат доверба во себе. За да бидете асертивни, треба да знаете кои се вашите граници, што ви се допаѓа, а што не. Многу луѓе кои се борат со самоувереност ќе им дозволат на другите да донесуваат одлуки наместо нив, па кога ќе бидат прашани „Која е вашата омилена храна?“ тие искрено не знаат. Ако ова ви звучи познато, ова е одлична можност за самоистражување. Погледнете ги работите околу вас и почнете да формирате мислење; дали сте заинтересирани за некоја активност затоа што сте вистински заинтересирани сами да учествувате во неа или се занимавате со неа затоа што сите други се заинтересирани?
2. Ги почитуваат мислењата на другите. Асертивните луѓе се чувствуваат сигурни во своите мислења и верувања, но не чувствуваат дека е неопходно да се навредуваат или понижуваат мислењата на другите луѓе. Некој може да се чувствува многу убаво кога меша вино со газирани вода; асертивното лице може да не се согласува и да го сподели своето мислење за ова прашање без да го навредува ставот на другото лице.
3. Асертивните луѓе имаат способност да ги потврдат туѓите чувства. Едно лице може да го изрази следново: „Глупав си што се лутиш поради ова“. Наместо да го минимизира искуството на личноста, самоуверено лице може да каже „Разбирам дека сте фрустрирани поради доцната услуга, но квалитетот на храната за нашиот ресторан е на прво место. Го почитуваме времето за подготовка“ Луѓето најчесто сакаат да почувствуваат дека се разбрани.
4. Асертивните индивидуи се добри слушатели. Често пати луѓето се толку фокусирани на тоа како ќе одговорот на другата личност што престануваат да слушаат што се зборува. Како резултат на тоа, ниту една од страните не се чувствува слушнато. Асертивното однесување вклучува да се биде активен слушател; однесување кое вклучува добар контакт со очите, непрекинување кога другото лице зборува и рефлексивност на она што штотуку е кажано за да се потврди дека информацијата е правилно слушната.
5. Решавање проблеми и компромис. Друга клучна карактеристика на самоувереноста е обидот за компромис во одредена ситуација. Не секој добива сè што сака кога се впушта во компромис, но некои потреби се задоволени за сите вклучени страни. Компромисот покажува дека потребите на другиот се слушнати и тоа е обид да се обезбеди решение со кое сите можат да бидат задоволни.

Самоувереноста може да биде тешка особина за совладување ако сте имале потешкотии во минатото да се залагате за себе. Но, како и секоја друга нова навика, и оваа станува полесна доколку се вежба. Запомнете дека вашите потреби се исто толку вредни како и потребите на оние околу вас. Можеби ќе се соочите со фактот дека некои луѓе може ќе се дистанцираат кога ќе го претставите новиот, асертивен Вас. Размислете како тие додаваат вредност на вашиот живот; може да откриете дека тие биле токсични луѓе без кои веројатно ви е подобро. Исто така, може да откриете дека колку повеќе сте асертивни, толку повеќе ќе почнете да се опкружувате со нови лица кои ја ценат и почитуваат самоуверената личност во која сте прераснале!

КВАЛИФИКАЦИЈА 3. МЕНАЏМЕНТ ВО ИНДУСТРИЈАТА HORECA

МОДУЛ 3: МАРКЕТИНГ НА ОБЈЕКТИ (КУЈНА - ХОТЕЛ)

Содржина

Планирање на промотивни и рекламни активности	2
Организација на промотивни и маркетинг активности.....	4
РАЗВИВАЊЕ МЕНИ НА РЕСТОРАН	4
АЛАТКИ ЗА ПРОМОЦИЈА	6
ОРГАНИЗАЦИЈА НА ПОСЕБНИ НАСТАНИ	7
СОРАБОТКА СО ЛОКАЛНИТЕ МЕДИУМИ ВО ПРОМОВИРАЊЕ НА СПЕЦИЈАЛИТЕТОТ И ПОНУДАТА ЗА СМЕСТУВАЊЕ НА ХОТЕЛОТ	9
Спроведување на финансиски операции.....	10
ЦЕНОВНА ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЈА.....	10
ПОДГОТОВКА НА БУЏЕТ	15

ПЛАНИРАЊЕ НА ПРОМОТИВНИ И РЕКЛАМНИ АКТИВНОСТИ

Маркетингот е систематско планирање, имплементација и контрола на микс од деловни активности со цел заедничко поврзување на купувачите и продавачите со цел размена или трансфер на производи/услуги кои ќе овозможат задоволство (бенефит) за двете страни. Маркетингот не е само една активност, маркетингот е СÈ (...апсолутно сè!!!) што влијае на креирањето на одлуката на вашиот клиент дали да го купи или не вашиот производ. Во пракса, честопати маркетингот се поистоветува со рекламирање и продажба, што доведува до донесување погрешни одлуки, па затоа сметаме дека е неопходно во оваа прилика да ги истакнеме разликите помеѓу Маркетинг и Рекламирање.

Рекламирањето не е синоним за маркетинг, иако исклучително често се користи како синоним. Тоа е посебна деловна активност и во основа е „мегафонот“ на маркетингот кој заедно со личната и напредна продажба и публицитет го сочинуваат т.н. „комуникациски микс“ преку кој вашата компанија комуницира со пазарот и вашите клиенти

Планирањето на промотивните и рекламните активности се врши во **5 чекори**:

1. За да ги идентификува потребите на клиентите, менаџерот треба да:
 - Ја идентификува личноста на клиентот (кого сакаме да го привлечеме во нашиот локал/хотел: возраст, пол, место на живеење, распон на приход, семејство со или без деца, специфики на животниот стил итн.)
 - Постапи и спроведе истражување за потребите и навиките на клиентите (вклучени се навиките за користење медиуми)
 - Развие прирачник за личноста на клиентот (Customer Persona), кој ќе се користи во развојот на клучните пораки и медиумската стратегија
2. Вториот чекор е да се развие комуникациска стратегија:
 - Врз основа на истражувањето и спецификите на Customer Persona, развијте ја севкупната стратегија во однос на тоа што да се комуницира, каде, колку често, каков тон и стил да се користи, дизајн (лого и дизајни на реклами)
 - Развијте го документот **КЛУЧНИ ПОРАКИ**: Уникатни продажни поенти-USP, клучни зборови, комуницирање на USP-то – изјава за позиционирање, специфични (по услуга/сегмент) понуди
3. Следниот чекор е да се развие конкретен план (годишен, квартален и месечен) за планот за промотивни активности.

Планот треба да се состои од:

- вид на промотивна активност,
- период/датум,
- локација,
- одговорен тим лидер/менаџер

Треба да се развијат специфични планови за имплементација за секоја активност, со цел да се опфатат сите детали и да се обезбеди висококвалитетна имплементација.

4. Избор на промотивни активности соодветни за кујната и понудата на хотелот

Промотивните активности може да вклучуваат: продажни промоции, промоција на специфично мени, сезонски промоции, поддршка за специјални настани (Ден на мајката, Мексиканска недела, Зелени денови на органска храна, Добредојде лето и други тематски настани)

5. Планирање на активности во делот на градење на имиџот на кујната и хотелот

Градењето на имиџот што го сакаме не се случува преку ноќ и само по себе. Тоа е добро испланиран и извршен сет на активности кои ги пренесуваат клучните пораки за нашиот хотел и ресторан:

- Интервјуа во популарни списанија/веб медиуми
- Присуство во локалната заедница (домаќин на хуманитарни настани, други настани од интерес што го подигнуваат имиџот во заедницата)
- Организирање специјални настани – тематски забави, познат готвач во градот итн.

Овие активности треба да бидат дел од целокупниот план за комуникација.

Достапноста на веб рекламирањето и социјалните медиуми овозможува револуционерен чекор кон приближување на понудите на HoReCa до клиентите.

Веб рекламирање:

- Реклами на Google – специфичните содржини поврзани со нашиот бизнис вклучуваат платени реклами на нашата понуда
- Банери / копчиња за реклами на одредени веб-портали

Социјални медиуми:

- Фејсбук – широка покриеност со текст, фотографија, видео
- Инстаграм – претежно визуелно пласирање на содржините (засновани на приказна)
- LinkedIn – деловен апел за привлекување професионалци

Ефективноста на промотивните активности може да се мери со:

- Фокус групи за тестирање на клучните пораки и дизајни
- Анкети на клиенти (каде сте слушнале за нас?)
- Продажбата се зголемува и клиентите се зголемуваат (клиенти по маса по вечер, соби пополнети за еден месец)

ОРГАНИЗАЦИЈА НА ПРОМОТИВНИ И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ

РАЗВИВАЊЕ МЕНИ НА РЕСТОРАН

Дизајн на мени во ресторанот

Зборуваме за теми, боја и распоред. Има многу истражувања поврзани со психологијата за тоа како луѓето гледаат во менијата.

Некои студии велат дека горниот десен агол е местото кое го привлекува погледот на клиентите, додека други сугерираат дека менијата ги читаме исто како книга.

Задната страница често се занемарува целосно; погрижете се да го резервирате ова за помалку профитабилни јадења како што се детското мени или прилози кон јадењата. Вашиот распоред треба да биде логичен и лесен за клиентите да го најдат она што го сакаат.

Употребата на боја, исто така, се вели дека има психолошки ефект врз клиентите и може да се користи за промовирање на расположението на вашиот ресторан, како на пример користење на топли бои за мексиканска тема.

Знајте ги трошоците за вашите јадења и планирајте економични ставки во менито

Добра идеја е да одредите колку ќе чини да се направи секое јадење. На тој начин точно знаете кои се вашите профитни маржи.

Истражете ги опциите за добавувачи за сите ваши состојки за да можете да ги споредите нивните цени и квалитетот.

Направете го менито на вашиот ресторан лесно за следење

Размислувајте едноставно, но незаборавно. Истражувањата покажаа дека кога избираат што да јадат, клиентите претпочитаат да донесат одлука во рок од две минути. Најдобро е да не го комплицирате премногу вашето мени и да се обидете да го задржите на помалку од 32 ставки. Прилагодете го менито на потребите на клиентите, како и според околностите

Запомнете, вашиот кујнски тим треба да може да се справи со подготовката на секоја ставка од менито и ќе треба да складирате состојки и да одржувате опрема за кујна за да го подготвите секој оброк. Размислете како можете да ги искористите сличностите во состојките и барањата за подготовка за да го направите вашето мени исплатливо.

Вашето мени треба да биде лесно за читање за клиентите и да не содржи премногу кулинарски жаргон. Презентирајте ги опциите на менито на начин што ќе го разбере клиентот за кое е наменето.

Откако ќе го привлечете вниманието на вашите клиенти на менито, треба да дадете се од себе за да им го продадете тоа јадење. Презентирајте го преку највкусниот звучен опис што можете, размислувајќи за бојата, текстурата, вкусот и мирисот.

Кога станува збор за фотографиите, користете ги умерено или наместо тоа користете илустрации. За повеќето ресторани, би препорачале воопшто да не се користат слики.

Споредете го менито на вашиот конкурент и издвојте се

Одвојте малку време за да ја проверите конкуренцијата. Дознајте што нудат – погледнете ја нивната тема, кујна и цени, и забележете што можете да понудите, а што конкуренцијата не подготвува. Важно е да го одржувате вашето мени свежо, релевантно и профитабилно.

Анализирајте го сопственото мени и што прават вашите конкуренти барем на секои 6-12 месеци за да испитате што функционира, а што не.

АЛАТКИ ЗА ПРОМОЦИЈА

Кога зборуваме за промоција, тоа обично го правиме во распонот на таканаречените „4P“ столбови на секој маркетинг: Производ, Цена, Пласман и ПРОМОЦИЈА, т.н маркетинг микс. Потребно е да се разгледаат сите елементи на маркетинг миксот, за да се биде успешен во напорите за развој на бизнисот.

Во однос на промотивните активности за HoReCa бизнисот, најчесто зборуваме за следните елементи:

- Рекламирање – традиционални (ТВ, радио, печатени и билборди) и нови медиуми (социјални медиуми и интернет)
- Односи со јавноста (ПР) - интервјуа, тематски едиторијали, спонзорства итн.
- BTL (Below-the-line - под линијата) активности: настани, промотивни активности „на терен“ (на пример за време на концерти, во паркови итн.)
- Спроведување маркетинг активности насочени кон зголемување на репутацијата на хотелот

ОРГАНИЗАЦИЈА НА ПОСЕБНИ НАСТАНИ

Специјалните настани придонесуваат за градење на имиџот на ресторанот и пласираат производи со додадена вредност. Со специјални настани вие ја продавате не само храната и пијалоците, туку и амбиентот, незаборавното искуство поврзано со одреден семеен или деловен настан.

Планирањето на настани се однесува на давање услуга за специфични функции за одредени групи луѓе во одредено време. Настанот може да варира по големина и важност во зависност од видот на функцијата и бројот на луѓе што се очекуваат на него. Вклучува сè, од едноставна услуга за настани до државен банкет настан или од мали роденденски забави до трговска изложба/саем.

Управување со настани во хотелската индустрија е процес на организирање или планирање настан во мал или голем обем како што се свадби, формални забави, корпоративни настани, деловни конференции итн. Целиот процес е управуван од тим и раководен од домаќин. Огромна одговорност е да се организира успешен настан.

Менаџерот на настанот го планира и го спроведува настанот, а потоа им ги доделува одговорностите на членовите на тимот. Оваа одговорност го вклучува целиот дизајн на настани, брендирање, декорација, маркетинг, буџетирање и многу повеќе.

Управување со настани е цел оддел на угостителската индустрија. И овој оддел во еден хотел е посебно захтевен. Управувањето со хотелски настани обезбедува непречено работење на секоја организациона единица. Овие функции може да варираат во зависност од различни фактори.

Главниот фокус на овој оддел е да организира забави, деловни состаноци, конференции, форуми, луксуз итн. Одделот за управување со хотелски настани е огромен дел од угостителската индустрија што генерира приходи.

Менаџерите на настани ги водат своите подредени кон постигнување на посакуваните цели обезбедувајќи им ги потребните материјали, алатки, вештини, знаење и добра средина.

Операциите за планирање на настани се континуирани. Персоналот се справува со гости со различни темпераменти, стилови на комуникација и потреби и е под голем притисок, особено во шпицот на сезоната.

Одговорност на менаџерот на настанот е да се осигура дека сè е на вистинското место и е доволно соодветно со текот на активностите, а вистинските луѓе се на вистинската работа и се соодветно обучени.

Список за проверка на планирање на настани

1. Бура на идеи

- Која е целта на настанот?
- Колку луѓе се планирани да учествуваат?
- Кои специјални ефекти ќе му бидат понудени на клиентот?
- Улогата и одговорноста на персоналот во ресторанот/хотелот се дефинирани и повторени.

2. Буџетирање

- Подгответе детален буџет за претстојниот настан

3. Закажување

- Проверете ја достапноста на конференциската сала/салата за балови за бараниот датум и време
- Разговарајте со соодветниот оддел/вработен за резервации на сали
- Која големина и број на сали се потребни?
- Какви технички потреби имате?
- Закажете состанок за да ги разгледате потребите на клиентот за поставување на просторијата, специјални барања за храна, забава, специјални ефекти

4. Набавки

- Потребни материјали за настанот
- Сребрени садови
- Тањери
- Салфетки
- Чаши
- Украси
- Специфични ставки/барања на изведувачот
- Друго

5. По настанот

- Испратете белешка за благодарност до клиентот и побарајте препорака на социјалните мрежи
- Направете евалуација по настанот
- Организирајте краток состанок со целиот вклучен персонал за да дадете повратни информации и да ја негувате културата на давање најдобра услуга и најдобра вредност на клиентот.

Забелешка: Не заборавајте да ги информирате клиентите за настанот на социјалните мрежи.

СОРАБОТКА СО ЛОКАЛНИТЕ МЕДИУМИ ВО ПРОМОВИРАЊЕ НА СПЕЦИЈАЛНИ ПОНУДИ И ПОНУДАТА ЗА СМЕСТУВАЊЕ НА ХОТЕЛОТ

Употребата на медиумите за промоција на услугите треба да биде добро планирана и насочена, со цел клучните пораки да се пренесат до публиката на најефективен и најефикасен начин. Изборот на медиуми кои се користат е според следниве критериуми:

- Профил на медиуми кои ги користат нашите целни групи
- Специфики на медиумите – традиционални (ТВ, радио, билборди) и социјални медиуми (Фејсбук, Инстаграм) и веб рекламирање (банери, копчиња итн.), реклами на Google
- Платено и/или неплатено рекламирање
- Употреба за односи со јавноста (ПР): интервјуа, прегледи на локалот и менито, поддршка на познати личности (славни личности ангажирани да дојдат на местото, да фотографираат и објавуваат на социјалните мрежи, коментираат и спомнуваат

Употребата на медиумите може и треба да се локализира (по земја, по град, по демографија на публиката) со цел да се оптимизираат финансиските инвестиции. Врз основа на наменскиот месечен буџет за рекламирање, треба да се направи избор на медиуми и конкретни демографски податоци (за таргетирање на одредени групи клиенти), имајќи ги предвид следните параметри:

- Времетраење на промоцијата (колку долго е достапна понудата)
- Географски регион до кој би сакале да ја пренесеме пораката и да привлечеме клиенти/посетители
- Специфики на целната публика – возраст, пол, проценет број на потенцијални клиенти што би сакале да ги допреме.

Спроведување на финансиски операции

ЦЕНОВНА ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЈА

Менаџерите треба да почнат да ги поставуваат цените во фазата на развој, како дел од стратешките цени, за да избегнат лансирање на производи или услуги кои не можат да одржат профитабилни цени на пазарот. Овој пристап кон цените им овозможува на компаниите во угостителскиот сектор или да ги усогласат трошоците со цените или да ги отфрлат производите и услугите што не се економични. Преку систематски ценовни политики и стратегии, хотелите и рестораните можат да генерираат поголем профит и да ги зголемат или задржат своите пазарни удели. Поставувањето на цените е една од главните задачи на менаџерите за маркетинг и финансии со тоа што цената на производот или услугата често игра значајна улога во успехот на производот или услугата, а да не зборуваме за профитабилноста на компанијата.

Општо земено, ценовната политика се однесува на тоа како компанијата ги поставува цените на своите производи и услуги врз основа на трошоците, вредноста, побарувачката и конкуренцијата. Стратегијата за цени, од друга страна, се однесува на тоа како компанијата ги користи цените за да ги постигне своите стратешки цели, како што е понудата на пониски цени за зголемување на обемот на продажба или повисоки цени за намалување на загуби. И покрај одредениот степен на разлики, ценовната политика и стратегија имаат тенденција да се преклопуваат, а различните политики и стратегии не мора да се исклучуваат меѓусебно.

По воспоставувањето на основите за креирање на цени, менаџерите можат да почнат да развиваат ценовни стратегии преку одредување на ценовните цели на компанијата, како што се зголемување на краткорочниот и долгорочниот профит, стабилизирање на цените, зголемување на готовинскиот тек и спречување на конкуренцијата. Менаџерите, исто така, мора да ги земат предвид тековните пазарни услови кога развиваат стратегии за цени за да се осигураат дека цените што ги избираат одговараат на пазарните услови.

Ефективната ценовна стратегија вклучува разгледување на клиентите, трошоците, конкуренцијата и различните сегменти на пазарот.

Ценовните стратегии имаат тенденција да варираат во зависност од глобалната стратегија на компанијата, која се заснова на два главни фактори – конкурентската предност на компанијата и целната група на која решивме да ги продаваме нашите производи. Врз основа на овие два параметри, компаниите избираат ценовната политика да биде или со пониски цени за поширока или тесна целна група или со повисоки позиционирани цени за специфични услуги на клиентите од високата класа (види табела 1).

Ниски цени		Конкурентна предност	
		Уникатност на производот	
Целен пазар	Широк	Ценовно лидерство	Диференцијација
	Тесен	Фокус (ниска цена)	Фокус (диференцијација)

Табела бр. 1

Следните делови објаснуваат различни начини на кои компаниите развиваат ценовна политика и стратегија. Прво, се разгледуваат цените базирани на трошоци. Потоа следи втората тема за цените базирани на вредност. Трето, ќе бидат адресирани цените засновани на побарувачката, а потоа следуваат цените засновани на конкуренција.

Потоа ќе бидат објаснети неколку нови и веќе воспоставени ценовни стратегии.

Цени засновани на трошоци

Традиционалната ценовна политика може да се сумира со формулата:

$$\text{Трошоци} + \text{Фиксен процент на добивка} = \text{Продажна цена}$$

Цената заснована на трошоци вклучува определување на сите фиксни и варијабилни трошоци поврзани со еден производ или услуга. Откако ќе се утврдат вкупните трошоци што му се припишуваат на производот или услугата, менаџерите додаваат посакувана профитна маржа на секоја единица, како на пример маржа од 5 или 10 проценти. Целта на пристапот ориентиран кон трошоците е да ги покрие сите трошоци направени при производство или испорака на производи или услуги и да постигне целно ниво на профит.

Сам по себе, овој метод е едноставен и јасен и бара само менаџерите да ги проучуваат финансиските и сметководствените записи за да ги одредат цените. Овој пристап на цените не вклучува испитување на пазарот или разгледување на конкуренцијата и други фактори кои би можеле да имаат влијание врз цените. Цените ориентиран кон трошоците се исто така популарни бидејќи тоа е прастара практика која користи внатрешни информации што менаџерите можат лесно да ги добијат. Покрај

тоа, компанијата може да ги брани своите цени врз основа на трошоците и да покаже дека нејзините цени ги покриваат трошоците плус оствариле профит.

Сепак, критичарите тврдат дека стратегијата ориентирана кон трошоците не успева да обезбеди на компанијата ефикасна политика на цени. Еден проблем со стратегијата за трошоци-плус маржа е тоа што одредувањето на цената за единица производ е тешко во многу индустрии бидејќи единечните трошоци може да варираат во зависност од обемот. Како резултат на тоа, многу деловни аналитичари го критикуваа овој метод, тврдејќи дека тој повеќе не е соодветен за современите пазарни услови. Цените засновани на трошоци генерално доведуваат до високи цени на слаби пазари и ниски цени на силни пазари, а со тоа ја попречуваат профитабилноста бидејќи овие цени се сосема спротивни од она што би биле стратешките цени доколку се земат предвид пазарните услови.

Иако менаџерите мора да ги земат предвид трошоците кога развиваат политика и стратегија за цени, трошоците сами по себе не треба да ги одредуваат цените. Многу менаџери на угостителски компании ги продаваат своите услуги по зголемени трошоци и ги остваруваат своите значителни профити од нивните најдобри клиенти и од испораките на краток рок. Кога ги разгледуваат трошоците, менаџерите треба да се запрашаат кои трошоци можат да си дозволат да ги платат, земајќи ги предвид цените што ги дозволува пазарот, а сепак да остварат профит од продажбата. Дополнително, менаџерите мора да ги земат предвид трошоците за производство со цел да одлучат какви стоки ќе произведат и во кои количини.

Како и да е, определувањето на цените генерално вклучува одредување на цените кои клиентите можат да си ги дозволат, пред да се одреди каков опсег на услуги треба да се испорачуваат. Имајќи ги предвид цените што можат да ги наплатат и трошоците што можат да си ги дозволат, менаџерите можат да одредат дали нивните трошоци им овозможуваат да се натпреваруваат на пазарот со ниски трошоци, каде што клиентите се занимаваат првенствено со цената или пак, дали ќе мора да се натпреваруваат на пазарот со премиум цени, на кој клиентите првенствено се занимаваат со квалитетот и карактеристиките на производот.

Цена заснована на вредност

Цените засновани на вредноста се придржуваат до размислувањето дека оптималната продажна цена е одраз на вредноста на производот или услугата што ја перципираат клиентите, а не само трошоците на компанијата за производство или обезбедување на производ или услуга. Вредноста на производот или услугата е изведена од потребите на клиентите, преференциите, очекувањата и финансиските ресурси, како и од понудите на конкурентите. Следствено, овој пристап бара од менаџерите да ги прашаат клиентите и да го истражуваат пазарот за да утврдат колку тие го ценат производот или услугата. Дополнително, менаџерите мора да ги споредат нивните производи или услуги со оние на нивните конкуренти за да ги идентификуваат нивните вредносни предности и недостатоци.

Сепак, цените засновани на вредност не создаваат само задоволство на клиентите или остварување продажба. Задоволството на клиентите може да се постигне и преку попусти, стратегија за цени која исто така може да доведе до поголема продажба. Сепак, попустот не мора нужно да доведе до профитабилност. Цената на вредноста вклучува поставување на цени за да се зголеми профитабилноста со користење на повеќе од вредносните атрибути на производот или услугата. Тука доаѓа местото на врвната услуга што ги прави клиентите задоволни од незаборавното искуство.

Овој пристап кон цените, исто така, во голема мера зависи од силно рекламирање, особено за нови производи или услуги, со цел да се пренесе вредноста на производитите или услугите на клиентите и да се мотивираат да платат повеќе, доколку е потребно, за вредноста што ја обезбедуваат овие производи или услуги.

Цени засновани на побарувачка

Менаџерите кои усвојуваат ценовни политики засновани на побарувачката, исто како и во случајот на цените засновани на вредноста, не се целосно загрижени за трошоците. Наместо тоа, тие се концентрираат на однесувањето и карактеристиките на клиентите и квалитетот и карактеристиките на нивните производи или услуги. Цените ориентирани кон побарувачката се фокусираат на нивото на побарувачка за производ или услуга, а не на трошоците за материјали, работна сила итн.

Според оваа ценовна политика, менаџерите се обидуваат да го одредат опсегот на производи или услуги што можат да ги продаваат по различни цени. На менаџерите им се потребни распореди на побарувачката за да ги утврдат цените врз основа на побарувачката. Користејќи ги распоредите на побарувачката, менаџерите можат да сфатат кои производи (јадења) и кои услуги (во хотел) би биле најпрофитабилни. За да ги одредат најпрофитабилните нивоа на производство и продажба, менаџерите ги испитуваат проценките на трошоците за производство и маркетинг на различни нивоа на продажба. Цените се одредуваат со разгледување на проценките на трошоците на различни нивоа на продажба и очекуваните приходи од обемот на продажба поврзани со проектираните цени.

Успехот на оваа стратегија зависи од веродостојноста на проценките на побарувачката. Оттука, главната пречка на менаџерот со овој пристап е прецизното мерење на побарувачката, што бара широко познавање на различните фактори на пазарот кои можат да имаат влијание врз бројот на продадени производи. За да добијат најточни податоци од пазарот за зголемувањето или намалувањето на побарувачката, менаџерите можат да користат информации од социјалните медиуми, внатрешни податоци за резервации направени пред посетата или да ангажираат надворешни консултанти/фирми за спроведување на пазарни истражувања или за обезбедување на проценки на нивоата на продажба по различни единечни цени.

Цени засновани на конкуренција

Со ценовната политика заснована на конкуренција, компанијата ги поставува своите цени со тоа што одредува што наплаќаат другите компании кои се конкуренција на пазарот. Првиот чекор е да се идентификуваат цените на сегашните конкуренти. Следно, да се процени сопствениот производ или услуга. По овој чекор, компанијата поставува цени повисоки од, пониски од, или на ниво на цените на конкурентите, врз основа на предностите и недостатоците на производот или услугата на компанијата, како и на очекуваниот одговор на конкурентите од поставената цена. Ова последно размислување - одговорот на конкурентите - е важен дел од цените засновани на конкуренција, особено на пазарите со само неколку конкуренти. На таков пазар, ако еден конкурент ја намали својата цена, најверојатно и другите ќе ја намалат нивната цена. И двете компании губат.

Оваа ценовна политика им овозможува на компаниите брзо да ги постават цените со релативно мал напор, бидејќи не бара толку точни пазарни податоци како што е случај со цените засновани на побарувачката. Исто така, оваа ценовна политика им овозможува на компаниите да избираат од различни стратегии за цени за да ги постигнат своите стратешки цели. Со други зборови,

компаниите можат да изберат да ги означат нивните цени над, под или во ист ранг со цените на нивните конкуренти и со тоа да влијаат на перцепциите на клиентите за нивните производи.

ПОДГОТОВКА НА БУЏЕТ

Финансиското планирање се користи за донесување одлуки во компанијата (планирање, организирање, контролирање). Финансиското планирање не може да се стандардизира, бидејќи на секоја компанија и се потребни различни планови и индикатори пред да донесе каква било одлука. За разлика од сметководството, финансиското планирање е насочено кон иднината и се заснова на претпоставки. Колку се пореални и поточни претпоставките, толку пореални се плановите.

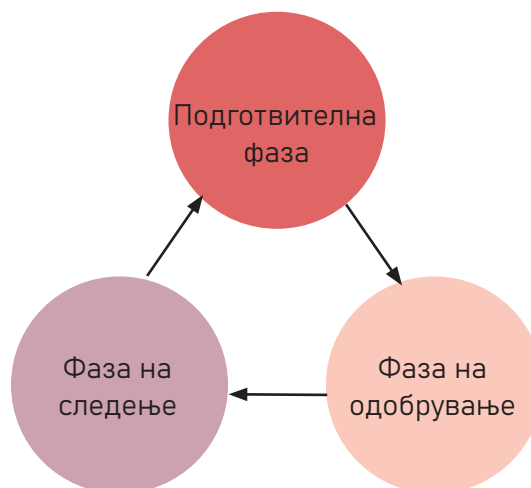
Што е буџет?

Буџетот е документ што го користат бизнисите за следење на приходите и расходите на доволно детален начин за донесување оперативни одлуки.

Буџетите по природа се свртени кон иднината. Приходите, исто како и расходите, се засноваат на проекции и проценки за периодите што се опфаќаат со буџетот. Поради оваа причина, организациите често создаваат и краткорочни - (месечени или квартални) и долгорочни (годишни) буџети, каде што краткорочниот буџет редовно се прилагодува за да се обезбеди долгорочниот буџет да остане во вистинскиот распон.

Повеќето организации го подготвуваат она што е познато како „вистински буџет“ или „вистински извештај“ за да ги споредат проценките со реалните податоци во периодот покриен со буџетот. Ова и овозможува на организацијата да разбере каде згрешила во процесот на буџетирање и да ги прилагоди оценките во иднина.

Постојат три фази поврзани со буџетирањето како што следува:



Фаза на подготовка на буџет за организација

Може да се следат чекорите подолу без разлика дали се креира буџет за настан, оддел или цела организација.

1. Разберете ги целите на вашата организација

Пред да го составите вашиот буџет, важно е да имате цврсто разбирање за целите кон кои се стреми вашата организација во периодот опфатен со буџетот. Со разбирање на тие цели, можете да подготвите буџет што ќе се усогласи со нив и ќе го поддржинивното остварување.

На пример, земете го во предвид бизнисот кој редовно доживува раст на приходите од година во година што се компензира со зголемените трошоци. Оваа организација може да има корист од фокусирањето на напорите кон подобро контролирање на трошоците за време на процесот на буџетирање.

Алтернативно, размислете за компанија која лансира нов производ или услуга. Компанијата може да инвестира повеќе во новата деловна линија за да ја развие. Со оваа цел, компанијата можеби ќе треба да ги вклопи трошоците или иницијативите за раст на друго место во нејзиниот буџет.

2. Проценете го вашиот приход за периодот покриен од буџетот

За да одвоите средства за деловни трошоци, прво треба најдобро што можете да ги одредите приходите и паричните текови за односниот период.

Во зависност од природата на вашата организација, ова може да биде едноставен или комплициран процес. На пример, на бизнис кој продава производи или услуги на познати клиенти покриени со договори, најверојатно ќе му биде полесно да го процени приходот, отколку на бизнис кој зависи од динамична продажна активност. Во вториот случај, каде што припаѓаат сите услуги за угостителство, би било важно да се земат предвид историските податоци за продажба и маркетинг за да се разбере дали пазарот се менува на начин што може да предизвика да ги пропуштите или надминете историските трендови.

3. Идентификувајте ги вашите трошоци

Откако ќе ги разберете вашите проектирани приходи за периодот на буџетирање, треба да ги процените вашите трошоци. Овој процес вклучува три главни категории: фиксни трошоци, варијабилни трошоци и еднократни трошоци.

Фиксните трошоци се сите трошоци кои остануваат константни со текот на времето и не варираат драматично од недела до недела или од месец до месец. Во многу случаи, тие трошоци се поврзани со некоја форма на договор, што ги прави едноставни за предвидувањет и пресметување. Оваа категорија обично ги вклучува трошоците поврзани со режиските трошоци, како што се плаќањата за кирија и комуналните услуги. Претплатите за телефон, чување податоци и софтвер, исто така може да спаѓаат во оваа категорија, заедно со исплатите на долгови. Секој трошок што е редовен и очекуван треба да биде вклучен во оваа категорија.

Варијабилните трошоци се оние што ги прави вашиот бизнис, кои варираат со текот на времето во зависност од неколку фактори, вклучувајќи ги и продажните активности. Трошоците за сезонски персонал, на пример, веројатно ќе бидат повисоки во период кога имате висока сезона за вашиот хотел. Исто така, комуналните услуги како што се вода, гас и струја ќе бидат повисоки кога ќе имате повеќе посетители. Продажните провизии и трошоците за материјали се дополнителни примери за варијабилни трошоци.

Значи, основната разлика помеѓу фиксните и варијабилните трошоци е, варијабилните трошоци се менуваат со опсегот на услугите, додека фиксните трошоци не.

И фиксните и варијабилните расходи се повторливи по природа, што го олеснува нивното сметководство (дури и ако варијабилните трошоци мора да се проектираат). Еднократните трошоци,

наречени и „еднократни расходи“, не се повторуваат и се случуваат поретко. Купување опрема или капацитети, развој на нов производ или услуга, ангажирање консултант и справување со нарушување на безбедноста се примери за еднократни трошоци. Разбирањето на големите иницијативи – и што е потребно за да ги постигнете – и она што сте го потрошиле во претходните години на слични трошоци, може да помогне да ги предвидите во вашиот буџет, дури и ако не сте сигурни за нивните точни вредности.

4. Определете го вашиот буџетски вишок (суфицит) или дефицит

Откако ќе ги пресметате сите ваши приходи и расходи, можете да ги примените во вашиот буџет. Ова е местото каде што одредувате дали имате доволно проектирани приходи за да ги покриете сите ваши трошоци.

Ако имате повеќе од доволно приходи за да ги покриете вашите трошоци, имате буџетски суфицит. Знаејќи го ова, треба да одредите како најдобро да ги искористите дополнителните средства. Можете, на пример, да ги префрлите парите во фонд за „црни денови“ до кој можете да пристапите доколку вашиот реален приход е помал од проектираниот. Алтернативно, можете да ги распоредите средствата за да го развиете вашиот бизнис. Можете да планирате реновирање или редизајн на објекти.

Од друга страна, ако вашите трошоци ги надминуваат вашите приходи, имате буџетски дефицит. Во овој момент, мора да го идентификувате најдобрите идни чекори за да го затворите јазот. Можете ли да внесете дополнителни средства со поагресивно продавање? Можете ли да ги намалите вашите фиксни или варијабилни трошоци?

Фаза на одобрување

Лицето одговорно за генерирање буџет варира во зависност од природата на организацијата и нејзините буџетски цели. Еден претприемач или сопственик на мал бизнис, на пример, веројатно сам ќе подготви организациски буџет. Додека, поголема организација може да се потпре на член на одделот за сметководство за да генерира буџет за целиот бизнис. Поединечните раководители на оддели или функционални раководители се исто така должни да поднесат предлози за буџет за нивните тимови/одделенија. Штом ќе се подготви буџетот, Сопственикот/ите или Управниот одбор ја носат конечната одлука за негово одобрување.

Фаза на мониторинг

1. Следење на дневниот промет

Ова се најважните финансиски показатели што треба да се следат од страна на менаџер на хотел или ресторан:

1. Праг на рентабилност
2. Готовински тек
3. Биланс на состојба

Кога веќе знаеме колку нè чини производството на производот, а знаеме по која цена ќе го продадеме производот, тогаш следува прашањето: колку производи треба да продаваме годишно за да ги покриеме сите трошоци (производство и општи трошоци на компанијата) за да се постигне позитивна нула. Тоа значи, колку производи (јадења/соби/пијалаци итн.) треба да продадете за да бидете на праг на рентабилност.

Постои формула за лесно пресметување на прагот на рентабилност. Ако ја знаете цената на производот (приходот), ако ја знаете вашата цена по единица производ или услуга (директни материјални трошоци, директни трошоци за работна сила, општи трошоци за производство и продажба) и основни средства (сите инвестиции), формулата е во два чекори:

Прв чекор: Приход – Трошоци за производство/ Трошоци за услуга = Маржа

Чекор два: Основни средства / Маржа = Праг на рентабилност

Значи, во првиот дел од приходот на производот се одзема трошокот и се добива маржата. Тоа е еден вид добивка ако се одбијат сите инвестиции.

Пример: Купувате производ за 40 евра и го продавате за 100. Така добивате маржа од 60 евра. Во вториот дел од формулата, основните средства се поделени со маржа за да се види колкава маржа (производ) е потребна за покривање на фиксните трошоци. Резултатот е бројот на производи што мора да се продадат за компанијата да дојде до прагот на рентабилно работење. Подолу е даден пример.

Пример:

Приход = 30 евра

Трошоци за производство = 10 евра

Основни средства = 150.000

Прв чекор: Приход (30) – Трошок (10) = Маржа (20)

Втор чекор: Основни средства (150.000)/ маржа (20) = количина (7500 ноќевања)

Проверка на процедурата (за продадени 7500 ноќевања):

Приход = $7500 \times 30 = 225.000$

Минус цена на услугата = $7500 \times 10 = 75.000$

Минус основни средства = 150.000

Значи, $225.000 - 75.000 - 150.000 = 0$

Равенката е точна.

Готовински тек ги прикажува сите приходи собрани од компанијата и сите расходи кои направени од компанијата. Паричниот тек го покажува вишокот или недостатокот на пари (обртни средства) во текот на годината. Немањето пари значи дека не можеме да ги подмириме (плаќаме) нашите тековни обврски (набавка на материјали, исплата на плати и сл.).

Зошто е добро да се има готовински тек?

- Открива информации кои не можат да се видат во билансот на состојба и билансот на успех;
- Покажува колку пари во моментот имате;
- Покажува од каде доаѓаат парите и за што се трошат:
 - Оперативни активности
 - Инвестициски активности
 - Финансиски активности

Пример за готовински тек:

	јануари	февруари	март	април
Почетна готовина	400	350	50	550
Продажба	2500	2000 година	1500	2700
Плати	1700 година	1500	1500	1500
Осигурување	100	100	100	100
Набавки	600	600	400	600
Сметководство	100	100	100	100
Каматна стапка	50	30	25	20
Готовински биланс	350	50	-550	-50

Биланс на успех или биланс на состојба

Целта на билансот на состојба е да се утврди колку е профитабилна вашата компанија. Овој индикатор е збир на сите претходни планирања и пресметки. Накратко да ги појасниме ставките во билансот на успех.

Кога ќе ги одземете трошоците за производство (план на директни трошоци и директни плати) од приходите од продажба (план на продажба), ќе добиете бруто добивка. Кога ќе ги одбиете продажните и административните трошоци (план на трошоци за ПиА) од бруто добивката, ќе добиете нето оперативен приход. Со одбивање на расходот од камата од нето оперативниот приход, ќе добиете добивка пред оданочување. Кога ќе го одземете данокот на доход (се разликува од земја до земја) од добивката пред оданочување, ќе добиете Нето добивка. Тоа е вистинската добивка што останува кај компанијата.

Менаџерот во HoReCa треба да може да ги набљудува, па дури и да ги следи приходите и расходите за да може да види колку е профитабилен бизнисот во рок од една недела, месец и една година.

2. Следење на трошоците

Евидентирањето на трошоците на дневна основа гарантира дека сте финансиски свесни во текот на целата година, а не само во периодот на поднесување даночна пријава. Знаејќи каде одат парите на компанијата и колку трошите на одредени услуги, може да ги подобри вашите навики за трошење. Плус, ќе имате подобра идеја за тоа каде можете да одвоите пари за позитивно да влијаете на вашиот готовински тек.

Како менаџер треба да ги следите трошоците на дневна основа, за да имате јасна слика за расходите по производ/услуга и да можете да ги споредите со приходот од истиот производ/услуга.