

КАЧЕСТВЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ – ОСНОВНОЙ ОРИЕНТИР ПРИ ОБУЧЕНИИ ПОВАРОВ, КОНДИТЕРОВ, А ТАКЖЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

*Барышкова С. З., мастер производственного обучения высшей категории
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«Алексеевский аграрный колледж», п.г.т. Алексеевское, Республика Татарстан*

Общественное питание — это виды питания, организованного вне дома. В результате его всеобщего распространения увеличивается свободное время населения, рационально используются денежные доходы. Общественное питание формирует устойчивый канал продаж продовольственных товаров, однако за последние годы наметились заметные сдвиги в их потреблении. Потребитель все чаще хочет потреблять правильную и здоровую пищу. По этой причине, особый интерес вызывают блюда, приготовленные из качественного сырья, удовлетворяющие физиологические потребности организма человека и имеющие функциональную направленность.

Качество продукции общественного питания — это совокупность потребительских свойств пищи, обуславливающих ее пригодность удовлетворять потребности населения в полноценном питании. Качество кулинарной продукции формируется в процессе всего технологического цикла производства, этапами которого являются: маркетинг; разработка продукции; планирование, разработка технологического процесса; материально-техническое снабжение; производство продукции; контроль качества; упаковка, транспортирование, хранение; реализация; утилизация отходов [1].

Конкурентоспособность предприятий общественного питания зависит от конкурентоспособности отдельных видов оказываемых ими услуг и продукции. Обзор современных методик оценки конкурентоспособности предприятий общественного питания показал, что до сих пор не существует единого подхода к оценке этих предприятий и не все методики для этого приемлемы. Наибольший интерес представляют следующие методики:

- методика долгосрочной конкурентоспособности М. Портера: основная деятельность предприятий общественного питания в соответствии с данной методикой может быть разбита на пять категорий, каждая из которых состоит из четко обозначенного набора действий, совершаемых на определенном этапе работы предприятия: входная логистика: получение, хранение и распространение сырья; производство продукции: процессы переработки продукции; выходная логистика: подача блюд клиентам; маркетинг и продажи; сервис.

Методика М. Портера предполагает использование модели ценностной цепи, которую можно принять за основу анализа конкурентоспособности предприятий общественного питания. Такие категории поддерживающей деятельности как снабжение, развитие технологии, инфраструктура предприятия, управление людскими ресурсами существенно влияют на результат основной деятельности, поэтому оценку категорий деятельности предприятий общественного питания нужно проводить во взаимосвязи.

- методика М. В. Фёдорова предполагает оценку конкурентоспособности продукции в разрезе таких факторов, как: уровень качества и его стабильность, уровень новизны, имидж, информативность, цена потребления. Методика основана на детальном анализе стабильности уровня качества продукции. К причинам нестабильного качества выпускаемой продукции авторы относят: недостаточную однородность сырья, производственного или контрольного оборудования, низкую квалификацию персонала, невыполнение установленных процедур. Качество продукции в данной методике рассматривается как совокупный результат воздействия ряда факторов. При оценке конкурентоспособности предприятий общественного питания качество продукции рассматривается как результат воздействия целого ряда контролируемых и неконтролируемых факторов.

- Основное требование к предприятиям общественного питания - соответствие времени обслуживания заявленной концепции и ожиданиям потребителя – вот что гласит методика Д. А. Карха. Времени на обслуживание

в столовых отводится значительно меньше, чем в ресторанах. Месторасположение предприятия имеет значение для потребителей с точки зрения доступности, наличия удобной парковки.

- методика Е. А. Адонина (оценка конкурентоспособности продукции на примере хлебобулочных изделий): автор предлагает определять уровень конкурентоспособности предприятий общественного питания, учитывая органолептические качества и пищевую ценность. Для кулинарной продукции перечень органолептических показателей достаточно широк; обязательной оценке подлежат консистенция, подача блюда.

Таким образом, конкурентоспособность предприятий общественного питания зависит от конкурентоспособности отдельных видов оказываемых услуг и продукции.

Проведенный анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий общественного питания позволил сделать вывод о том, что подходы, предлагаемые рядом исследователей, могут быть использованы для оценки конкурентоспособности предприятий общественного питания.

Качественно произведенная продукция – вот основная цель при обучении поваров, кондитеров, поскольку качество продукции – это целостная совокупность ее потребительских свойств, обуславливающих степень пригодности данной продукции удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением в фиксированных условиях потребления. Эффективность производства во многом зависит от организации контроля качества и степени его совершенства. Система контроля качества продукции представляет собой совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов контроля, используемых видов, методов и средств оценки качества изделий и профилактики брака на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством. Эффективная система контроля позволяет осуществлять своевременное и целенаправленное воздействие на уровень качества выпускаемой поваром-кондитером продукции, предупреждать недостатки и сбои в работе, обеспечивать их оперативное выявление и

ликвидацию с наименьшими затратами ресурсов. На сегодняшний день существенно возрастает роль служб контроля качества продукции предприятий в обеспечении профилактики брака на производстве, усиливается их ответственность за достоверность результатов проверок, недопущение поставки потребителям продукции низкого качества.

Основой изучения качества пищевых продуктов, определение влияния на их свойства технологических процессов производства, хранения, транспортирования и реализации, а также закономерностей, определяющих полезность и потребительские достоинства продуктов, являются методы определения значений показателей качества продукции. Так, существуют измерительный, регистрационный, органолептический методы оценки качества продукции общественного питания.

Измерительный метод основан на информации, получаемой использованием технических измерительных средств и контроля. С помощью данного метода определяют массу, размер, состав, структуру и пр.

Регистрационные методы — это методы определения показателей качества продукции, осуществляемые на основе наблюдения и подсчета числа определенных событий, предметов или затрат. Этими методами определяются показатели унификации, патентно-правовые показатели и др.

Органолептический метод — метод, осуществляемый на основе анализа восприятий органов чувств. Этот метод прост, но субъективен, не требует сложного оборудования, большого количества времени и поэтому широко используется в практике работы предприятий общественного питания [3].

Качество производственных процессов и входящего сырья, уровень профессиональной подготовки поваров-кондитеров и условий их работы – вот основные факторы, от которых зависит конкурентоспособность предприятий общественного питания. На российских предприятиях нередки ситуации, когда из-за отсутствия необходимого сырья принимается решение о замене ингредиентов на «те, что есть». Это может происходить как по вине поставщика, так и по вине ответственных лиц на предприятии. Для российских

предприятий общественного питания качество не является постоянной величиной. При оценке конкурентоспособности предприятия потребитель не рассматривает факторы, которые косвенно влияют на качество, а именно: надежность поставщика, отлаженность технологических процессов, условия работы персонала, наличие необходимого оборудования.

Список использованных источников.

1. Тошев А.Д. Технология продуктов питания: Учебное пособие/А.Д. Тошев, Г.Б. Хамраева. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ. - 2012.
2. Мыльникова Е.В. К вопросу оценки конкурентоспособности предприятий общественного питания/ Е.В. Мыльникова, Г.Р. Корнова. Екб: Известия Уральского государственного экономического университета. - 2011.
3. Шевелёва Г.И. Контроль качества продукции: Учебный комплекс./ Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – 2004. - 140с