**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**

**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КАФЕДРА ТЕОРИИ И МЕТОДИКИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТУРИЗМА

Курсовая работа

**ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ МЕНЮ (на примере меню ресторана «Турист»)**

**Южно-Сахалинск, 2009**

**Содержание**

Введение

Глава I. Разработка меню ресторана

1.1 Понятие «меню» и правила составления меню

1.2 Особенности оформления меню

Глава II. Меню ресторана «Турист»

2.1 Анализ меню ресторана «Турист»

2.2 Предложение по улучшению дизайна и примеры разработки меню ресторана «Турист»

Заключение

Список литературы

Приложения

# Введение

В настоящее время общественное питание развивается по различным направлениям. Появляется большое количество ресторанов с национальной кухней, появляются новые виды предприятий общественного питания: пабы, суши-бары и т.д. и поэтому правильно разработанное меню является одной из главной составляющей для эффективной работы ресторана.

Вряд ли кто станет спорить, что успех функционирования нового ресторана напрямую зависит от меню. Нередко именно меню является первой и единственной рекламой, которая на 100% привлечет внимание посетителей. Именно удачно разработанное меню окажет существенное влияние на управление ценами в ресторане, поможет получить прибыль и оптимизирует процесс работы в том или ином заведении.

Практически любой посетитель, задает вопрос: «Какие блюда там предлагают?» Иначе говоря, в центре внимания посетителя в первую очередь попадает меню. Разумеется, меню – далеко не единственный фактор, который, так или иначе, интересует посетителей. Но именно – это один из главных пунктов, на которые обращает внимание гость при посещении ресторана. Насколько важен дизайн меню? На этот вопрос трудно отвечать абстрактно, не опираясь на теоретические исследования психологии потребителя и не ориентируясь на реальную жизнь.

**Актуальность данной работы** заключается в том, что в таком важном для многих рестораторов вопросе, как создание гость – ориентированного ресторана, меню является такой же составной частью общей концепции ресторана, как дизайн интерьера, фирменный стиль, персонал.

**Методология исследования** настоящей работы опирается на следующие издания: Кучер Л.С., Райс В., которые помогли раскрыть сущность и особенности разработки меню, а, опираясь на работы автора Петракова А.А., возможность провести анализ меню ресторана «Турист».

**Цель исследования** заключается в теоретическом обобщении информации об особенностях разработки меню, в анализе составления меню ресторана «Турист», и в разработке эффективной системы в организации информации в меню и оригинальных названий и описания блюд в меню ресторана «Турист».

**Объектом исследования** является меню ресторана.

**Предметом исследования** – особенности, творческий подход к разработке меню, для создания успешного ресторана.

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие **задачи:**

* изучение литературы по теме исследования, сбор и систематизация необходимых источников информации;
* рассмотрение меню, как маркетинговую составляющую деятельности ресторана;
* исследование особенностей разработки меню (дизайн, роль оригинальных названий и описания блюд, специальные меню, продвижение услуг ресторана посредством меню);
* анализ меню ресторана «Турист»

**Методы исследования:** при решении поставленных задач был использован лонгитюдный метод: после собственного изучения меню ресторана «Турист», был проведен его анализ.

**Структура работы:** курсовая работа состоит из введения, двух глав: практическая и теоретическая часть, заключения, списка литературы и приложений.

**Практическая значимость** работы определяется возможностью использования её результатов для разработки маркетингового меню ресторана «Турист»

# Глава I. Разработка меню ресторана

## 

## 1.1 Понятие «меню» и правила составления меню

Слово «меню» происходит от французского «menu» и означает расписание блюд и напитков на завтрак, обед и ужин, а также рационы (трехразового питания), составленные для обслуживания совещаний, симпозиумов и др.

Второе определение «меню» — это бланк, карта, лист бумаги, где печатается или пишется название блюд. [4, c.73]

Ниже приведены и другие определения «меню» из различных источников.

Меню – это перечень расположенных в одном порядке различных холодных и горячих закусок, первых и вторых блюд, горячих и холодных напитков, мучных кондитерских изделий, имеющихся в продаже ресторана на данный день с указанием цен, выхода, способа приготовления и перечня, входящих в их состав компонентов. Меню- это визитная карточка ресторана и средство рекламы. [9, c.158]

Меню – это перечень блюд и напитков, которыми располагает предприятие, с указанием их количественных показателей и цены. Меню представляет собой лист, согнутый вдвое, или оформленный в виде тетради. В нем должно быть столько страниц, сколько необходимо, чтобы вписать все блюда и напитки [16, c.64]

Меню должно быть переведено на 1-2 языка.

При составлении меню следует руководствоваться ГОСТ Р 5076 – 95 «Общественное питание. Классификация предприятий».

**На первом этапе** составления меню разрабатывают ассортимент блюд и напитков, содержащие традиционные, новые и фирменные блюда. При этом необходимо постоянно следить за изменяющимися предпочтениями потребителей, изучать спрос на блюда и вносить изменения в меню.

**На втором этапе** необходимо определить, какие блюда следует выделить в меню. Для привлечения внимания к блюду нужно поместить его название с фотографией и рекламным текстом в самом выгодном месте в меню. Хорошая реклама блюда увеличивает объем продаж.

**На третьем этапе** производиться анализ блюд, включенных в меню, на популярность и прибыльность.

При составлении меню необходимо учитывать следующие факторы:

* примерный ассортимент блюд, напитков и изделий;
* наличие сырья и продуктов на складе;
* сезонность продуктов;
* наличие стандартов приготовления блюд (сборников рецептур, технико-технологических карт на новые и фирменные блюда);
* особенности обслуживаемого контингента (возрастные, национальные, профессиональные, религиозные);
* время обслуживания (завтрак, обед, ужин);
* формы обслуживания, рекомендуемые для данного контингента потребителей (бизнес - ланч, шведский стол, семейный обед);
* трудоемкость блюд, кулинарных и кондитерских изделий;
* специализация кухни по отношению к конкурентам;
* предполагаемый уровень прибыли;
* расходы на приобретение продуктов, аренду помещения, заработную плату персонала;
* режим работы персонала;

Меню должно быть разнообразным по видам сырья (рыбные, продукты моря, мясные, из птицы, дичи, овощные, крупяные, яичные, молочные, мучные) и способами кулинарной обработки (отварные, припущенные, жареные, тушеные, запеченные).

Особое внимание при составлении меню следует уделять правильному сочетанию гарнира и соусов с основными продуктами: картофель отварной — к судаку по-польски, картофель жареный — к бефстроганов, к цветной отварной капусте — соус сухарный и т.д.

При составлении меню учитываются вкусовые качества пищи, внешнее оформление блюд.

Следует также иметь в виду, что в блюдах должна достигаться вкусовая гармония за счет правильно подобранных компонентов друг с другом. Например, клюква с дичью, яблоки со свининой, помидоры с телятиной, лимон с рыбой.

Блюда, включенные в меню, должны быть в наличии в течение всего времени работы зала. При составлении меню комплексного, семейного обеда или бизнес – ланча необходимо предусмотреть чередование блюд по дням недели.

В ресторане меню составляет заведующий производством с участием метрдотеля, затем калькулятор рассчитывает продажные цены на блюда и передает меню директору для утверждения.

При составлении меню для предприятий общественного питания различных типов необходимо соблюдать правила расположения закусок и блюд с учетом последовательности и подачи.

На первой странице меню приводится специальное предложение блюд данного дня, затем перечень фирменных блюд, потом перечень блюд в порядке очередности их подачи.

Ассортимент блюд и закусок может быть расширен за счет включения в меню сезонных и фирменных блюд.

**Порядок оформления меню.** При разработке меню необходимо соблюдать правила расположения закусок и блюд с учетом последовательности их подачи посетителям. Порядок расположения закусок, блюд и изделий в меню должен соответствовать следующим требованиям:

* название блюд и закусок ведется от менее острых, содержащих небольшое количество экстрактивных веществ, к более острым, пряным;
* перечисление горячих блюд начинается от отварных, от припущенных идет к жаренным, тушенным, запеченным;
* супы перечисляются от прозрачных к заправочным, супам – пюре, молочным, холодным, сладким.

Последовательность расположения закусок и блюд в меню принята следующая: сначала в меню указывают фирменные блюда, их включают в отдельный раздел меню независимо от того, к какой группе блюд они относятся. Затем в меню называются холодные блюда и закуски, молочные продукты. После холодных блюд и закусок перечисляются салаты в очередности, зависящей от исходного сырья: рыбные салаты после рыбных холодных блюд, мясные салаты после мясных холодных блюд, горячие закуски, супы и вторые блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки, мучные кулинарные и кондитерские изделия (Приложение 1). [9, c.159]

Салаты могут быть выделены и в самостоятельную группу, тогда их перечисляют перед мясными холодными блюдами.

На специализированных предприятиях меню начинают с блюд и напитков, характерных для данного предприятия.

Коммерческая информация, содержащаяся в меню, включает в себя:

адрес предприятия, номер его телефона, режим работы, особенности кухни, перечень дополнительных услуг, их стоимость, условия резервирования мест.

Информация может быть дополнена интересной исторической справкой о предприятии или отдельных блюдах меню. В конце меню дается информация о порядке оплаты услуг.

**Составление меню** считается очень сложным делом, поскольку в ресторанном бизнесе необходимо учитывать многие факторы:

* вкусы и желания посетителей;
* квалификацию поваров;
* имеющееся оборудование и мощности;
* цены и ценовую стратегию (себестоимость и доходность);
* питательную ценность;
* валовую прибыль;
* точность формулировок;
* качественный анализ меню;
* внешнее оформление меню.

Основой для составления меню должно являться высокое качество блюд и быстрота обслуживания.

При составлении меню необходимо учитывать вкусы и желания посетителей. Ресторан открывается после, нахождения нищи в рынке именно для ресторана такого профиля, и это значит, что меню должно соответствовать профилю и концепции ресторана.

Квалификация поваровтоже должна соответствовать концепции и профилю ресторана. Существует два главных фактора при ее определении:

* могут ли они справиться с потоком заказов в часы пик;
* отвечает ли их кулинарное мастерство ожиданиям гостей.

То есть определяющими показателями квалификации является соответствие поваров условиям конкретного ресторана, имеющего меню с определенным числом блюд определенной сложности и определенное число посетителей.

Все виды меню подразделяют в зависимости от контингента потребителей, типа предприятия и принятых форм обслуживания меню. К основным видам меню, используемым в ресторанах, относятся:

* меню со свободным выбором;
* меню комплексного обеда;
* меню бизнес – ланча;
* меню воскресного бранча;
* меню дневного рациона;
* банкетное меню;
* вегетарианское, постное, сезонное меню;
* меню тематических мероприятий;
* цикличное меню.

На предприятиях общественного питания при отелях и гостиничных комплексах используются следующие виды меню.

**Меню «a la carte»** указывает порционные блюда с индивидуальной ценой на каждое. Используется в дорогих ресторанах, чаще всего расположенных в гостиничных комплексах высокой категории. [15, c.117-118]

**Меню «table d’hote»** - меню общего стола, предлагает варианты сформированных комплексов закусок, блюд, десертов, напитков по единой фиксированной цене. Программа меню общего стола включает от пяти до семи наименований. Применение такого меню практикуется в ресторанах при гостиничных комплексах, так как обеспечивает быстрое и экономичное обслуживание.

**Туристское меню** строится так, чтобы привлечь внимание туристов, акцентируя дешевизну и питательные качества, - существенная информация для туристов. Могут быть подчеркнуты национальные блюда, интересные для туристов, либо возможность пообедать быстро и недорога.

В ресторанах практикуется составление **экспресс-обедов** (на отдельных бланках), причем блюда этого меню не должны повторяться в меню заказанных блюд. Меню обеденных блюд и экспресс-обедов применяют только в дневные часы работы ресторана.

В **меню обеда** (дежурные блюда) включают блюда несложного приготовления, которые удобны для отпуска. Этот вид меню удобно использовать в вокзальных ресторанах, аэропортах.

В качестве дежурных блюд должны быть закуски трех-четырех наименований, первые блюда — двух, вторые — четырех-пяти, сладкие блюда, горячие и холодные напитки трех-четырех наименований, а также мучные кондитерские изделия.

Меню обеденных блюд и экспресс-обедов печатаются ежедневно на машинке. Эти меню в дневное время вручаются посетителям при приеме заказа.

## 1.2 Особенности оформления меню

Меню – это своеобразная «программа» заведения, которая учитывает дизайн, шрифт, бумагу, правильное составление и оформление. Такая проблема, как совместимость различных блюд, напрямую взаимосвязана с меню. Удачно разработанный дизайн меню предполагает внимание к сочетаемости пунктов, если они введены в каждодневное использование на долгий период времени.

Меню должно быть удобным, привлекательным, безупречным с точки зрения грамотности.

Дизайн меню может сделать из невыгодных блюд меню самые популярные, приносящие владельцу значительную прибыль. Дизайн меню, который является волшебным средством превращения обычного меню в инструмент эффективной торговли, основывается на следующих факторах:

* точное планирование всех пунктов меню;
* психология клиентов;
* ценовой анализ;
* определение «выгодных» и «невыгодных» блюд.

Перечень блюд в меню должен учитывать вкусы потенциальных посетителей, чтобы получить желаемую прибыль. Цены должны устраивать постоянных посетителей и не отпугивать случайных. А оформление меню должно привлекать внимание, вызывать желания попробовать те или иные блюда. Удачное оформление вызывает у посетителя различные ассоциации, влияет на настроение, а значит, и на выбор. Неудачное оформление не влияет ни на что.

Если оформление меню приглянулось посетителю, то он обязательно изучит его вдоль и поперек. В памяти обязательно останутся название тех блюд, которые посетитель не попробовал и в дальнейшем он захочет прийти в ресторан еще раз и насладиться новыми блюдами. Оформление меню – это своего рода упаковка, в которой содержится подарок. Чтобы добраться до подарка, нужно как следует изучить упаковку. [17, c.20]

Наиболее удобны следующие варианты дизайна меню:

* перечень блюд, расположенный на одной странице, но «главные» блюда должны располагаться на верхней половине листа;
* перечень блюд, расположенный на двух листах (развороте). При этом форма и размер могут быть самыми разнообразными. Однако следует учесть, что слишком большие размеры затрудняют просмотр посетителем меню. Также не следует делать меню маленьким, мелкий шрифт трудно читать. На двухстраничном меню «главные» блюда должны располагать в верхнем правом углу.
* Меню может располагаться на трех листах. В этом случае главные блюда должны располагаться на верхней части центрального листа.

Дизайн меню – это не только перечень блюд и оформление. Дизайн – это разработка, а в неё обязательно входят цены. Они могут быть высокими и низкими, главное, чтобы они устраивали клиента и были доступны. Так что при установлении цены в меню необходимо учитывать средний уровень доходов жителей вашего города.

Таким образом, дизайн меню предполагает внимание к таким факторам, как перечень блюд, оформление меню и цены. Дизайн меню связан с интерьером ресторана самым тесным образом. Изысканная отделка требует изысканного оформления меню, высоких цен и более чем просто качественное обслуживание. Более простая отделка заведения предполагает более скромный дизайн меню, значительно более низкие, чем в первом случае, цены. Обслуживание, безусловно, должно быть на высоком уровне, никаких особых излишеств в данном случае не предполагается.

При составлении меню необходимо постараться учесть вкусы всех типов посетителей: пожилые люди, люди среднего возраста, молодые люди, подростки, дети. В меню должны быть блюда, которые по предварительным прогнозам обязательно придутся по вкусу тому или иному типу посетителей.

Внимание к процессу разработки дизайна меню предполагает изучение основных составляющих работы ресторана. Обязательно нужно обратить внимание на следующие факторы: параметры кухни, наличие необходимого оборудования, степень подготовки обслуживающего персонала, интерьер помещения, месторасположение ресторана. Меню можно периодически полностью или частично менять.

Дизайн меню должен быть настоящим шедевром искусства, иначе не будет должного воздействия на посетителя. В разработке меню огромное значение имеет опыт и умение. Оформление листа - выполняет функцию меню.

Во – первых, обязательно нужно обращать внимание на цветовую гамму. Желательно, чтобы все цвета, так или иначе, соответствовали цветам, которые были использованы для оформления помещения.

Во – вторых, будет не лишним снабдить меню рисунком. Стиль этих рисунков напрямую зависит от концепции ресторана.

В оформлении меню могут быть задействованы все цвета радуги, но нужно помнить, что тот или иной цвет может произвести на гостя совсем не то впечатление, которое первоначально планировалось. Например, весь ресторан оформлен в изысканном и строгом стиле. А меню поражает многоцветием. В этом случае дизайн меню явно не сочетается с оформлением ресторана, что может вызвать внутреннее раздражение у посетителей. Напротив, слишком строгое оформление меню в сочетании с «веселым» оформлением целого заведения также может не понравиться гостям.

Очень важно выбрать шрифт. Шрифт должен быть ясным, четким, название блюд и напитков, цены и нормы отпуска должны легко читаться. Орфографические ошибки, неправильные названия, исправление от руки, зачеркивание – полностью исключены. [16, c.72]

Если ресторан оформлен в стиле средневекового замка, наилучшим вариантом будет готический стиль. Удачно подобранный шрифт отражает индивидуальность ресторана. Но если использовать необычный шрифт, то это может отвлечь внимание от иллюстраций. В этом случае рисунков и фотографий нужно использовать как можно меньше. Нужно помнить, что некоторые виды шрифтов очень трудно читаются. Нужно выбирать отчетливый шрифт, который украсит меню и будет оптимальным образом сочетаться с концепцией ресторана. Не следует использовать в одном меню несколько видов шрифтов, лучше выделять те или иные блюда фоном, рамками или поместить рядом фотографии и иллюстрации. Обязательно нужно обратить внимание на междустрочный интервал. Он должен быть выбран так, чтобы текст легко читался. Пространство между отдельными буквами также должны быть продумано. Можно расширить пространство, а можно, наоборот, расположить буквы очень плотно, придвинув, их друг к другу. Текст должен выглядеть, во – первых, красиво, а во – вторых, он должен быть удобен для чтения.

Немаловажное значение имеет выбор бумаги, на которой напечатано меню. Меню быть напечатано на обычной глянцевой бумаге, также на бумаге, которая напоминает бархат, кожу, замшу или бересту. Необходимо сделать отдельную заламинированую обложку, куда будет вставлен список блюд.

Использование общих заголовков, единого шрифта и других факторов приведет к тому, что каждое блюдо будет восприниматься одинаково.

Содержание и дизайн меню - это самая важная ступень в развитии ресторана, поэтому разрабатывать меню следует с учетом выбранного типа ресторана, традиционных для данного типа блюд, предполагаемых или реальных предпочтений клиентов заведения.

При разработке меню нужно исключать все возможные ошибки. Меню страницы следует разбить на две колонки. В одной колонке будут располагаться название блюд, а в другой колонке – цены.

## Папки меню художественно оформляют, причем оформление должно отражать стиль и тематическую направленность работы ресторана или кафе. Количество папок меню должно соответствовать количеству столов в зале. Иногда на первом листе указывается профиль ресторана и тип блюд, подаваемых в нем, а затем перечисляются блюда и напитки.

## Во многих заведениях, претендующих на статус элитного, в меню, помимо перечня блюд, есть сообщение об ингредиентах, из которых это блюдо изготовлено. Меню вполне можно назвать рекламой, если в нем есть сообщение об ингредиентах или о способе изготовления блюда. Ведь нередко посетитель пропускает мимо ушей рекламу по телевидению, радио или ту, которая напечатана в газетах и журналах. Зато - меню это такая печатная реклама, которую посетитель, скорее всего, прочтет очень внимательно, поэтому меню нужно постараться сделать максимально информативным (Приложение 2).

Обязательно нужно описать блюда так, чтобы в воображение гостя будут нарисованы потрясающие картинки. Текст должен быть максимально лаконичным, вместе с тем он должен по настоящему завораживать посетителя, заставлять его приобрести то, что в обычной ситуации он никогда не закажет.

Для чего важно описание блюд: во – первых, для того чтобы посетитель не думал, что приобретает «кота в мешке», во – вторых, описание блюда является свидетельством престижа заведения.

Долгое чтение меню тормозит процесс заказа, поэтому необходимо быть максимально кратким, точным и по возможности честным. Если уникальным является именно способ приготовления, то нужно указать такую информацию. Например, жарка в духовке, гриль, жарка на сковороде, копчение и т.д. Если используются ингредиенты, которые можно назвать необычными и уникальными, то можно указать это. Можно перечислить все ингредиенты, из которых сделано то или иное блюдо. Также можно сделать акцент на географическое происхождение продуктов, способ оформления гарнира и другое.

Если используются хорошо известное, традиционное название блюд, то совсем не обязательно описывать способ приготовления блюда.

Как образуются название блюда: многое зависит от фантазии шеф – повара. Нередко используются иностранные слова, чтобы привлечь внимание посетителя. Это, безусловно, эффективный способ влиять на воображение клиента, ведь посетитель сразу начинает представлять себе нечто совершенно невероятное, фантастическое. Но при использовании иностранных слов просто необходимо пояснение, что это за блюдо.

Из вышесказанного можно сделать весьма очевидный вывод – дизайн меню должен стать настоящем искусством. Только тогда есть шанс не просто привлечь внимание посетителей, но и завоевать его искреннее расположение.

Очень не плоха будет снабдить меню интересной информацией относительно различных блюд, напитков и ингредиентов, но перегружать одно меню дополнительной информацией не следует. Для этого можно сделать несколько меню: обычное, десертное, винное, детское. Меню должно периодически меняться, а значит, будет меняться и информация. Обычно посетитель прочитывать меню целиком, значит, оценит и оригинальный подход к его оформлению.

Таким образом, меню должно быть удобным, привлекательным, безупречным с точки зрения грамотности.

**Глава II. Меню ресторана «Турист»**

## 

## 2.1 Анализ меню ресторана «Турист»

Ресторан «Турист» первого класса открылся 20 декабря 2003 года. Ресторан «Турист» расположен в городе Южно-Сахалинск по адресу: улица Сахалинская, 2 на первом этаже гостиничного комплекса «Турист» и состоит из двух отдельных залов: европейский и восточный.

В европейском зале 80 посадочных мест. Банкетное обслуживание на 150 посадочных мест. Завтрак (шведский стол) для проживающих в гостинице с одновременным обслуживанием до 130 человек.

Проводят организацию банкетов, корпоративных мероприятий, презентаций: индивидуальный подход в формировании заказа, развлекательная программа музыкального коллектива ресторана, организация шоу-программ по пожеланиям заказчика, тематическое оформление зала по теме мероприятия.

Направление кухни: российское, французское и итальянское.

Форма оплаты: наличный расчет, кредитные карты, безналичный расчет. Время работы с 07.30 до 02.00. Завтрак - шведский стол - с 07.30 до 10.00. Ресторан с 12.00 до 02.00. Музыкальная программа с 20.00 до 01.00.

В восточном зале 24 посадочных места. Отдельные кабинки с возможностью размещения до 30 человек. Корейская кухня. Время работы с 08.00 до 05.00. Завтраки с 07.20 до 10.00. Экспресс – обеды с 12.00 до 16.00.

Проанализировав меню ресторана «Турист», можно сделать выводы, что последовательность блюд и закусок в меню не соблюдена: в меню ресторана сначала идут холодные закуски: рыбные, затем мясные, закуска из грибов и овощей и свежие овощи. Такая последовательность неверна (Приложение 1).

Ресторан «Турист» относиться к категории первого класса, и должно содержать примерно такое ассортимент блюд и напитков: (Приложение 3).

Салаты выделены в самостоятельную группу, но и они расположены после мясных холодных блюд, а необходимо наоборот.

Расположение названий супов также не соответствуют последовательности: пюреобразные, прозрачные и холодные, а по требованию идут вначале прозрачные, а потом пюреобразные.

В разделе горячие закуски последовательность соблюдена.

Вторые горячие блюда: горячие блюда из рыбы, мясные блюда из свинины и говядины, птица, блюда из яиц, блюда из макаронных изделий, гарниры из овощей и риса, затем различные соусы. Последовательность и здесь не соблюдается, так как после горячих рыбных, мясных и блюд из птицы, нужно размещать блюда из овощей, блюда из макаронных изделий и риса и в последнюю очередь блюда из яиц.

И в самом конце меню располагаются десерт и сладкие блюда. Свежие фрукты, разнообразные десерты с мороженым, пирожные и фруктовые сладкие напитки.

Пункт о хлебе и хлебобулочных изделиях не освещен в меню, но хлеб подается к любому виду блюд и закусок.

В меню ресторана «Турист» есть отдельные странички, посвященные чаю и кофе. Посетитель может выбрать любой понравившейся напиток и прочитать небольшую историю об кофе или чае, откуда оно было произведено.

Фирменных блюда и блюда дня от шеф-повара в меню отсутствуют. Последовательность главных пунктов нарушена.

В ресторане «Турист» есть несколько видов меню, а именно: меню восточной и европейской кухни: меню со свободным выбором, банкетное меню, меню завтрака, меню экспресс-обедов, которое меняется каждую неделю.

Интерьер европейского зала выдержан в темно-коричневом и в светло - коричневом тоне и оформление меню, поэтому подходит, так как папка меню кожаная и коричневая и цвет листов бумаги, светло – коричневые. Нет сильного контраста.

В написании меню использованы три вида шрифта: название блюд, закусок и напитков одним средним шрифтом; описание мелким шрифтом; перевод на английский язык жирным мелким шрифтом. Написан текст черным цветом, а название пунктов и первая буква названия блюда выделяются синим. Шрифт, который выбрал ресторан «Турист» ясный и четкий, цены и нормы отпуска легко читаются, но меню получается немного перегруженное разными видами шрифта и начертаниями Можно встретить орфографические ошибки или не совсем правильный перевод. Например, в названии супа: традиционный Украинский борщ с чесночными пампушками, со сметаной, при переводе пишут, что это русский борщ.

Меню напечатано на обычной глянцевой бумаге и вложено в файлы папки.

В меню на страницах закусок и блюд, нет картинок и иллюстраций.

## 2.2 Предложение по улучшению дизайна и примеры разработки меню ресторана «Турист»

Меню можно сделать не в дорогущей кожаной папке, а так, чтобы выглядело оно вполне демократично, чтобы кто – нибудь из гостей прихватил его с собой на память. В этом случае необходимо, чтобы меню обязательно содержало выходные данные ресторана – такие, как название, адрес, телефон. Как показывает практика, меню ресторана «Турист» не имеет такой информации, а это означает, что посетитель уже и не вспомнит, где он его зацепил.

Предлагаемая ниже система организации информации в меню – это один из возможных вариантов. Окончательная «подстройка» меню осуществляется при оформлении окончательной концепции ресторана.

**Обложка меню.** Название ресторана – обычно в виде логотипа и фирменного знака.

**Внутренняя сторона обложки.** Обычно не содержит никакой информации, либо с неё сразу начинается меню (это часто встречается, если меню сделано в виде буклета).

**Первая и вторая страницы.** На этих страницах может сразу начинаться меню, но также их можно использовать для вкладышей со следующей информацией:

* легенда ресторана;
* история появления восточной кухни и особенности европейской кухни;
* специальные меню (фирменные, банкетное, детское, сезонное и т.д.);
* информация о проводимых в ресторане мероприятий (банкетах, корпоративных мероприятий, презентаций);
* информация о скидках и других программах стимулирования

**Прочие страницы.** Часть информации, которая размещается на первых двух страницах, может быть перенесена на внутренние страницы (например, если есть скидки на спиртные напитки – то непосредственно в эту категорию, специальное детское меню может быть размещено в конце основного меню или вообще в самом конце).

Использовать под дополнительную информацию больше двух страниц нецелесообразно, поскольку это начинает раздражать посетителей.

**Праздники и меню.** Последние годы практически каждый ресторан в качестве дополнительных возможностей продвижения своих услуг на рынке использует праздники, фестивали кухонь – отечественных, зарубежных. Любые – от реально существующих, до «собственноручно» изобретенных.

В каких – то случаях удается обойтись декларацией о проведении праздника, в каких – то необходимо внести изменения во внешний вид и интерьер ресторана, посетителям могут предлагаться шоу-программы и другие развлекательные мероприятия, не проходящие в обычные дни. Естественно, что в праздники тем или иным образом участвует и меню ресторана.

Участвует оно по-разному – могут быть сделаны соответствующее вкладыши с праздничным меню, может быть отпечатан небольшой тираж нового меню с соответствующим оформлением.

Праздничное меню должно быть не большим, поскольку является одноразовым. Обычно это до десяти видов различных видов различных блюд. Блюд, специально используемых для праздника, а не взятых с обычного меню. Располагаться они должны на отдельном листе и вкладываться в основное меню либо размещаться на столе. Информация о том, что ресторан будет отмечать тот или иной праздник, должна быть предоставлена посетителям заблаговременно.

Праздничность меню оценивается в первую очередь по его оформлению, по названиям и описаниям.

**Детское меню.** В последние несколько лет в ресторанах обнаружилась ещё одна тенденции – это детские меню. Работа с детьми требует серьезной подготовки и целого ряда новых решений. Поэтому эффект от введения детского меню во «взрослом» ресторане может и не принести желаемого результата.

Специальное детское меню можно вводить в принципе в любых ресторанах. Это зависит в первую очередь от самого владельца и от того, насколько далеко он готов зайти, чтобы затраченные усилия принесли выгоду. Можно считать детские меню прерогативой в первую очередь демократичных ресторанов. В большинстве случаев дело обстоит именно таким образом, хотя никто не запрещает дорогим чопорным заведениям проводить соответствующую работу в этом направлении.

**Сезонное меню.** Сезонное меню – это меню, составленное с использованием продуктов, соответствующих сезону. То есть если это лето – то, значит, обилие свежих овощей, фруктов. Ближе к осени – больше грибов, всевозможные соленья и т.д. Кроме того, сезонное меню – это меню, составленное исходя из температурных особенностей того или иного сезона. Летом можно предлагать окрошку, щавельный суп, гаспаччо и увеличивать предложения всевозможных прохладительных напитков. Суровой зимой, когда теряется много калорий, более уместно предложить посетителям всевозможные мясные блюда.

Если анализировать ресторанный рынок, можно отметить, что сезонное меню толкуют более широко – оно часто становится маркетинговым приемом, призванным привлечь дополнительное внимание потенциальной клиентуры к заведению. Сезонное меню стало специальным предложением ресторана, приуроченным к тому или иному сезону. Костяк меню остается прежним, а сезонное меню освежает и дополняет предложение.

Очень часто сезонное меню – еще одно полное меню, содержащее не только те блюда, которые можно отнести к сезонным, а все, что хотелось продемонстрировать посетителям ресторана в этот сезон.

Подводя итог выше изложенному, различные виды меню и рекомендации по их составлению можно объединить в схему (Приложение 4)

Разработаем несколько названий и описаний для меню ресторана «Турист». Это будет примерное меню, рекомендация по улучшению разработки и дизайна меню.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Старое название | Новое название | Описание |
| Салаты, закуски | | | |
| 1 | Букет свежих овощей | Тарелка свежих овощей «Флора» | Большая тарелка с красной, круглой редиской, молодые огурчики, хрустящая морковка, ошпаренные шампиньончики, сочные помидорчики черри, разноцветный перчик, цветная капуста; и все это подается с оригинальным анчоусовым соусом и сыром рокфор. |
| 2 | Блинчики с семгой и красной икрой | Блинчики «Королевские» | Рисовые блинчики из рисовой муки подаются с ломтиками семги, мясом краба, красной икрой и яичным маслом |
| 3 | Сырный паштет | Сырный паштет «ЧизМастер» | Запекается с брокколи. Подается со свежими листьями зеленного салата и помидорами черри |
| 4 | Морской коктейль | Коктейль из обитателей морских глубин | Обитатели морских глубин вызывают во всем мире живейший гастрономический интерес. |
| 5 | Салат «Провансальский» | Без изменений | Помидоры черри, сыр, маслины, шампиньоны и заправляется майонезом |
| Первые блюда | | | |
| 6 | Суп – пюре из шампиньонов | Грибной суп с шампиньонами «Антверпен» | Популярное блюдо бельгийской кухни – со сметаной, рубленым яйцом и свежей петрушкой |
| 7 | Уха | Уха из знатных особей | Из знатных представителей семейства – осетрины, белуги и семги |
| 8 | Окрошка с говядиной | Без изменений | Просто скромная окрошка с говядиной, душистой зеленью, свеклой и свежим огурчиком |
| Основные горячие блюда | | | |
| 9 | Рулет тушеный с говядиной | Рулет, тушенный с говядиной «Вперед в прошлое» | По старорусскому рецепту, творчески переработанному и дополненному. Под персональным грибным соусом от шефа. На гарнир рекомендуется печеный картофель и маринованные огурчики |
| 10 | Мясо в горшочке | «Мясо In» | Кусочки обжаренной баранины укладывают в горшочек с морковью, репой, луком и тушат с добавлением чеснока и специй |
| 11 | Греческий кабачок | Кабачок по-гречески «Голиаф» | Два больших кусочка кабачка очищают от семечек, наполняют говяжьим фаршем, обильно посыпают тертым сыром и запекают до аппетитной золотистой корочки |
| Десерт | | | |
| 12 | Печеный ананас с пассифрутами | Гавайский десерт «Гонолулу» | Чудесный десерт с гавайских островов. Красиво, сочно и ярко, как сами Гавайи. Половинка спелого ананаса заполняется его мякотью, пассифрутами, маринадом из апельсина. Все это запекается до корочки золотистого цвета и подается со свежими ягодами клубники |
| 13 | Мороженое с различными соусами | Мороженое  «Три шара» | Три шарика мороженого – ванильного, клубничного, шоколадного – подаются с различными соусами на ваш выбор – вишневым, персиковым, клубничным, апельсиновым или шоколадным |

Как уже было отмечено, меню не может существовать в отрыве от общей концепции ресторана. Именно она определяет и состав меню, и требования к описанию. Если есть трудности в подборе ряда блюд, укладывающихся в концепцию, то вполне можно взять достаточно нейтральные блюда, не имеющие жесткой привязки к какой-то кухне, и литературно обработать их, что называется до неузнаваемости. При этом этичность в отношениях с посетителями вполне будут соблюдена, поскольку не берутся для этого хорошо известные блюда, кроме того, расшифровывается суть блюда, и посетитель может делать выбор, не только опираясь на эмоционально понравившееся описание, но и исходя из своих вкусовых пристрастий.

Но это только один из возможных вариантов. Если хорошо подумать, можно найти и несколько.

# Заключение

Наружная реклама вызывает у посетителей желание зайти в тот или иной ресторан. А меню вызывает у него желание стать в нем частным гостем. На самом деле с уверенностью можно сказать, что на разработку дизайна меню не стоит жалеть денег и времени. Правда, чтобы разработать дизайн меню, нужно иметь определенную теоретическую подготовку. Ведь в данном вопросе нет мелочей. На эффективность дизайна меню как средства торговли влияет число страниц, зрительная привлекательность, наличие или отсутствие иллюстраций, шрифт описание блюд или технология приготовления, оформление обложки, материал, из которого она изготовлена.

Ресторан «Турист» работает в уже сформировавшемся сегменте. При разработке меню важно принимать во внимание устоявшиеся представления об этом сегменте:

* Он ориентирован, скорее, на продвинутую публику с установкой на сегодняшний день и будущее. Люди в возрасте 30-45 лет составляют костяк посетителей.
* Этот ресторан нельзя назвать культовым местом, но относительно модным среди этой публики – несомненно.
* Дизайн выполнен в современном европейском стиле. При этом ничего особенно авангардного.
* Этот ресторан явно ориентирован на работу не только от удобного месторасположения. В него приезжают, а по пятницам-субботам столики приходиться бронировать заранее.

# Проанализировав меню ресторана «Турист» можно выделить следующие ошибки: последовательность блюд и закусок в меню не соблюдена, не соответствует ассортимент предлагаемых блюд и напитков, можно встретить орфографические ошибки.

Для создания гость – ориентированного ресторана необходимо:

* Изучить дизайн меню, правильно его описать (сделать удобным для чтения, понятный шрифт);
* Блюда в меню должны быть описаны так, чтоб в воображении гостя будут нарисованы потрясающие картинки;
* Снабдить меню полезной информацией относительно различных блюд;
* Разработать новые виды меню (сезонное, детское и т.д.)

Целью моей курсовой работы явилось обобщение информации об особенностях разработки меню, проведение анализа меню ресторана «Турист» и внесение предложений по улучшению меню ресторана «Турист», которая достигнута при решении поставленных задач.

# Список литературы

1. Алексеев Д. Крепкие сети ресторанного дела / Д. Алексеев // Ресторанные ведомости. – 2005. – № 80. – С. 34-39.
2. Алексеев Д. Успешный ресторан – эмоции и расчет / Д. Алексеев // Ресторанные ведомости. – 2006. – № 82. – С. 59-63.
3. Барановский, В.А. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: Учебники, учебное пособие / В.А. Барановский. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 352с.
4. Богушева, В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: учебное пособие / В.И. Богушева. – М.: Феникс, 2006. – 318с.
5. Браун, Г. Настольная книга официанта: Справочник / пер. с англ. / Г. Браун, К. Хеннер. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 260с.
6. Браун, Г. Практическое пособие для официантов / пер. с англ. / Г. Браун, К. Хеннер. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 272с.
7. Зигель, С.А. Ресторанный сервис (основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих) / С.А. Зигель. – М.: ЗАО Издательство Центрополиграф, 2003. – 288с.
8. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебное пособие / Н.И. Кабушкин, Бондаренко Г.А. – Минск: Новое знание, 2000. – 216с.
9. Калашников, А.Ю. Кафе, бары и рестораны (организация, практика и техника обслуживания) / А.Ю. Калашников. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2005. – 384с.
10. Кучер, Л.С. Ресторанный бизнес в России: Технология успеха / Л.С. Кучер, Л.М. Голубева, С.Л. Ефимов, Т.Н Шкуратова. – М.: РКонсульт, 2002. – 468с.
11. Марвин, Б. Маркетинг ресторана: Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане / Б. Марвин. – М.: Издательство Жигульского, 2002. – 342с.
12. Назаров, О.В. Как загубить ресторан / О.В. Назаров. – М.: ЗАО Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2004. – 228с.
13. Петраков, А.А. Кухня ресторанного маркетинга / А.А. Петраков. – М.: Алетейа, 2004. – 264с.
14. Пикалев, Л.В. Как увеличить доход ресторана, бара, кафе / Л.В. Пикалев, А.П. Маевская. – СПб.: Бизнес – пресса, 2004. – 168с.
15. Пряникова, Ю. Очевидные секреты ресторанного бизнеса / Ю. Пряникова. – Киев: Компаньон, 2002. – 97с.
16. Радужан, М.Ю. Курс бармена – официанта: легкая работа с трудным клиентом / М.Ю. Радужан, И.Ю. Митева. – М.: ИКЦ МарТ, 2004. – 224с.
17. Радченко, Л.А. Обслуживание на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Л.А. Радченко. – М.: Феникс, 2004. – 320с.
18. Райс, В. Разработка меню ресторана / В. Райс. – М.: Креатив Холдинг, 2006. – 96с.
19. Ребин, В.Г.Практическое пособие для официантов / В.Г. Ребин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 263с.
20. Ридель, Х. Бары и рестораны: Техника обслуживания / Х. Ридель, Д. Заволишин. – Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 352с.
21. Усов, В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: Учебное пособие для среднего профессионального образования / В.В. Усов. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 416с.
22. Эгертон – Томас Кристофер. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном / пер. с англ. / Томас Кристофер – Эгертон. – М.: РосКонсульт, 2001. – 272с.
23. Юхабов, Б.Д. Маркетинг ресторана: Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане / Юхабов Б.Д. – М.: Издательство Жигульского, 2000 – 324с.
24. Яковлев, Р.С. Обслуживание на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Р.С. Яковлев. – М.: Феникс, 2001 – 237с.
25. Ярохина, О.С. Кафе, бары и рестораны / О.С. Ярохина. – М.: ИКЦ МарТ, 2000. – 127с.

**Приложения**

**Приложение 1**

## Последовательность расположения закусок, блюд и напитков в меню:

**Фирменные закуски, блюда и напитки.**

**Холодные блюда и закуски:**

Икра зернистая лососевых и осетровых рыб;

Рыба малосольная (семга, лососина с лимонами);

Рыба соленая (копченая);

Рыба отварная;

Рыба заливная;

Рыба под маринадом;

Рыба под майонезом;

Рыбная гастрономия и закусочные консервы;

Сельдь натуральная с гарниром, рубленая;

Нерыбные продукты моря;

Свежие овощи натуральные;

Салаты и винегреты;

Мясная гастрономия

Мясо отварное, заливное;

Мясо жареное;

Птица и дичь холодные;

Закуски из овощей и грибов;

Кисломолочные продукты.

**Горячие закуски:**

Рыбные и из нерыбных продуктов моря;

Мясные;

Из субпродуктов;

Из птицы и дичи;

Яичные и мучные.

**Супы:**

Прозрачные;

Пюреобразные;

Молочные;

Холодные;

Сладкие.

**Вторые блюда:**

Рыба отварная и припущенная;

Рыба жареная;

Рыба тушеная и запеченная;

Блюда из котлетной (рыбной) массы;

Мясо отварное и припущенное;

Мясо жареное;

Мясо в соусе;

Мясо тушеное и запеченное;

Субпродукты жареные;

Блюда из рубленого мяса и котлетной массы;

Птица отварная, припущенная;

Птица фаршированная;

Птица и дичь жареная;

Блюда из тушеной птицы;

Блюда из рубленой птицы;

Блюда из овощей (отварных, припущенных, жареных,

тушеных);

Блюда из круп, бобовых, макаронных изделий, мучные;

Блюда из яиц и творога.

**Сладкие блюда:**

Горячие (суфле, пудинги и др.);

Холодные напитки (соки, компоты, кисели, желе и др.);

Горячие напитки (чай, кофе, какао, шоколад и др.);

Мучные кондитерские изделия (пирожные, торты, кексы и др.).

**Хлеб**

**Приложение 2**

Блюда из птицы изумительны по своим вкусовым качествам, а также полезны. Самое удивительное: вкус блюд из птицы может быть настолько разнообразным, что поразит воображение самого придирчивого гурмана.

Известен интересный факт из жизни Наполеона Бонапарта. Оказывается, он очень не любит какие бы то ни было блюда из курицы. Но однажды повар решил переубедить императора и приготовил ему такое блюдо. При этом повар совершенно не пытался обмануть Наполеона, и курица на тарелке не была замаскирована.

Естественно, что Бонапарт был очень возмущен. Но повар, которого немедленно вызвали, возразил, что вкус куриного мясо в данном блюдо узнать совершенно невозможно. Для особой убедительности повар поклялся своей жизнью и был готов сложить его на плахе.

Действительно, после того как Наполеон попробовал предложенное ему блюдо, вкус птицы он не узнал. Поэтому можно с уверенностью говорить как о мастерстве придворного повара, так и о богатстве вкусовых ощущений, которое мясо птицы может подарить человеку.

Такой историей можно сопроводить меню, в котором будут представлены различные блюда из куриного мяса.

Очень интересны исторические факторы, связанные с приготовлением и употреблением сыра.

Исследователи считают, что первыми сыр научились готовить кочевые племена на Востоке. А уже от них столь замечательное умение перешло в Древний Египет, в Древнюю Грецию, в Древний Рим.

Интересный факт, что великий Аристотель в одном из своих произведений дает рецепт сыра и всячески восхваляет столь замечательный продукт. Действительно, сыры, которые готовили древние греки, были восхитительны. И особое место занимали сыры, приготовленные на острове Демос.

Библия называет сыр божественной пищей, которая угодна Господу Богу. В Средние века особенно славился сыр, который делали во Франции. В XIX бала издана книга, автором которой был французский сыровар. В ней он описал приготовление более 900 сортов сыра.

В Англии выпускали особо твердую брынзу, причем круглыми лепешками и только для флота. Оказывается, твердые словно камень, брынзовые круги моряки использовали как метательные снаряды в бою, как замену для поврежденных колес бортовых пушек и даже как столики, за которыми можно было поесть.

Русский царь Петр I воодушевился идеей приготовления сыров в России. Он пригласил сыроваров из Голландии, которым было дано задание построить сыроваренный завод. Впоследствии сыроварение в России стало весьма развитой отраслью.

Блюда из овощей, безусловно, необходимы. Но нередко они остаются невостребованными, потому что в ресторане люди заказывают себе что – то более привлекательное. Однако есть специальные рестораны, предлагающие своим клиентам диетическое меню. Почему бы блюда из овощей не снабдить кратким пояснением… Например, такие привычные для нас овощи, как спаржа, артишоки, каштаны, известны уже очень давно.

Например, сохранились сведения, что спаржа была известна как вкусный овощ ещё 2 тыс. лет до н. э. в Древнем Египте. С тех пор спаржа стала восприниматься людьми как одновременно декоративное, пищевое и лекарственное растение. Спаржа содержит много полезных веществ, в частности витамин С, каротин и белок. Различные блюда из спаржи оказываются осень вкусными и полезными. Кроме того, спаржа используется как великолепное дополнение к другим блюдам. Её тонкий вкус удачно дополняет различные яства. С помощью спаржи можно весьма удачно изменить цвет блюда, придать ему приятный зеленый цвет. Соответственно, благодаря этому овощу можно из самых простых продуктов сделать красивое и экзотическое блюдо.

Артишоки известны благодаря своим вкусовым качествам давно. С помощью этого овоща можно весьма успешно приготовить различные очень вкусные блюда. Сохранились сведения, что блюда из артишоков пользовались большой популярностью среди знатных людей самых разных стран.

Засахаренные каштаны были излюбленным лакомством французов в XVII – XIX вв. С тех пор появилось великое множество различных яств, но каштаны по – прежнему пользуются популярностью, как во Франции, так и в других странах. В каштанах содержится множество полезных веществ, поэтому использование в пищу различных блюд из каштанов доставляет не только удовольствие, но и немалую пользу.

Очень интересные факты, связанные с такими хорошо распространенными овощами, как помидоры. Оказываются, они ведут свое происхождение из Южной Америки. Слово «помидоры» в переводе с французского означает «яблоки любви». Другое название помидоров – «томаты». Это название пошло от древних ацтеков, которые назвали эти красные плоды «томатль».

Впервые в России помидоры появились при Екатерине II. Именно эти плоды были привезены в подарок императрице. Что интересно, во время путешествия подарочные плоды превратились из зеленых в розовые, затем в красные. Это очень удивило тех, кто ранее не был знаком с помидорами. Приходиться признать, что далеко не сразу помидоры были оценены по достоинству русскими. Зато потом ситуация коренным образом изменилась.

Исследовали, обнаружили на пирамиде Хеопса надписи, которые свидетельствуют, что впервые редьку начали культивировать в Древнем Египте.

Именно из Древнего Египта редька попала в Древнюю Грецию, а после стала известна во всех европейских странах. Затем этот овощ стал известен в Азии, позже – в России.

Древние персы и ассирийцы хорошо знали столь вкусный и полезный овощ, как свекла. Также были хорошо осведомлены о свекле древние римляне. При этом люди употребляли в пищу как сам овощ, так и его ботву.

В России свекла стала известна в X в. Она была завезена из Византии и очень быстро получила свое распространение.

Считается, что капуста была известна людям уже в каменном веке. Но особое значение ей стали придавать в Древнем Риме и Древней Греции. Именно там считали, что капуста – не обычный, а лечебный овощ. Также многие великие мыслители были уверены, что регулярное употребление в пищу капусты помогает обрести бодрость и поддерживать хорошее

Из Древнего Рима капуста стала известна в Византии, после этого она появилось на Руси.

Даже обычный лук был неотъемлемой частью жизни древний египтян. Во время фараонов лук приносили в жертву богам. Геродот говорил, что лук защищает от болезней и дает силу.

Картофель – поистине универсальный продукт. Трудно представить себе какое - либо заведение, которое может обойтись без него. Из картофеля можно приготовить как вполне заурядные и сравнительно дешевые, так и очень дорогие и изысканные блюда. Одним словом, меню скорее всего будет содержать очень много блюд, где одним из главных ингредиентов будет картофель. Для такого меню вполне подойдут следующие истории.

Впервые плоды картофеля стали известны американским индейцам. Но надо сказать, что те не знали, какую пользу может принести этот великолепный овощ. Индейцы обожествляли картофель, считали его священной пищей богов. А сами приносили картофель в дар богам, не рискуя при этом попробовать невиданное кушанье. Некоторые особо отважные индейцы не слушали запрета жрецов и пробовали картофель на вкус. Естественно, что сырые плоды не кому не могли понравиться. Кроме того, всем известно, что сырым картофелем можно отравиться. Тех, кто отравился картофелем, жрецы объявляли преступниками за то, что они посмели попробовать божественную пищу. После открытия Южной Америки два испанских пирата привезли к себе на родину картофель. Но испанцы очень недружелюбно отнеслись к появлению нового овоща и проигнорировали его. Однако картофель не был совсем предан забвению, поэтому вскоре он стал известен в Италии. Там картофель получил название «тартуфель».

В конце XVI в. в Германии и Англии картофель стали использовать в качестве лекарства. В таких странах, как Швеция, Голландия и Швейцария, картофель появился в первой половине XVIII в. В России картофель стал известен в начале XVIII в.

Первоначально картофель не был особенно распространен, а крестьяне выращивали его очень неохотно. Зато потом ситуация коренным образом изменилась и картофель стал одним из популярнейших овощей.

**Приложение 3**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование блюд | Должно | Есть |
| Холодные блюда и закуски | 10 | 12 |
| Горячие закуски | 2 | 13 |
| Супы | 4 | 4 |
| Вторые блюда | 11 | 10 |
| Сладкие блюда | 4 | 3 |
| Горячие напитки | 2 | 2 |
| Холодные напитки | 2 | 2 |
| Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия | 5 | 1 |
| Молоко и кисломолочные продукты | - | - |
| Итого: | 40 | 47 |

**Приложение 4**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Меню** | | | | |
| **Детское** | **Праздничное** | **Сезонное** | **Фирменное** | **Меню бизнес-ланчей и завтраков** |
| В идеале должно отличаться от обычного и быть скомпоновано в соответствии с требованиями детского питания.  В большинстве случаев дешевле обычного.  По оформлению лучше, если будет издано отдельно – красиво, красочно, с оригинальными «детскими» названиями и описаниями.  Каждое блюдо должно содержать подробный перечень ингредиентов, чтобы в случае непереносимости некоторых компонентов детьми родители могли заменить его. | Обычно издается отдельно и вкладывается на столе или как вставка в основное меню.  По объему – до 10 – 15 позиций.  На нем часто указывается, по какому случаю праздник, и идет описание события.  В случае если проводятся дни какой-либо кухни, каждое блюдо должно быть подробно описано, чтобы посетители не столкнулись с неприемлемыми вкусами.  Названия нужно дать соответственно празднику, но для дней национальных кухонь сохраняются названия страны происхождения.  Блюда могут оригинально подаваться. | Сезонное меню в настоящее время не только отражает использование сезонных продуктов, а становится маркетинговым ходом – новое меню к новому сезону.  Иногда обновляется несколько раз за сезон, бывает, что и раз в неделю.  Делают как отдельным меню, так и вносят новые блюда в основное меню.  Количество позиций – в среднем 10 – 12. | Обычно размещается на первой странице меню.  По количеству позиций – в пределах 8 – 10.  Желательно, чтобы было снабжено оригинальными названиями и описаниями.  По стоимости в среднем могут превосходить другие блюда, но при этом должны быть выше не только по цене, но и по качеству.  Блюда могут оригинально подаваться. | Важным является оригинальность обновления – желательно, чтобы какая – то часть ассортимента менялась ежедневно.  Количество позиций – в пределах 10.  Необходимо предусмотреть, чтобы блюдо готовилось очень быстро.  Можно использовать для совместных акций стимулирования вроде «позавтракал – на бизнес-ланч скидка 10 %» |