

БЕЗОПАСНОЕ ПИТАНИЕ

КАК НЕ ОТРАВИТЬ ГОСТЕЙ В РЕСТОРАНЕ

ХАССП – ВСЯ ПРАВДА

Оглавление

От автора	5
Вступительное слово	6
Вместо введения	9

Преамбула

Записки микробиолога. Рассказ о мире микробов на кухне ресторана	23
--	----

Глава 1

Тайны Роспотребнадзора	35
------------------------	----

Глава 2

5 опасных факторов по методике ХАССП	67
--------------------------------------	----

Глава 3

Вода, канализация и вентиляция (Инженерно-техническая глава для пытливых умов и тех, кто планирует построить и открыть свой первый ресторан)	97
---	----

Глава 4

Разработка плана ХАССП для ресторана	139
--------------------------------------	-----

Глава 5

Опыт внедрения. Фишки, о которых любят промолчать	163
--	-----

Глава 6

Контрольные карты. Аудит-расследование (В этой главе изучаем методику, проходим тест-аудит и определяем категорию риска своего ресторана с точки зрения соблюдения всех процедур безопасности по ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», результат — не платим штраф по ст.14.43 КоАП РФ)	185
---	-----

Глава 7

Санитарные смывы	209
Практикум № 1	220
Практикум № 2	221
Практикум № 3	222
Практикум № 4	226
Рабочая тетрадь	229

От автора

«Правильные люди обладают двумя признаками — могут хотеть и могут делать»

Сегодня мы живем в эпоху чрезвычайной неопределенности. Люди вокруг нас и череда событий поглощают наше время. Нам иногда кажется, что работа стала самым главным активом нашей жизни. Мы делаем многое для других, но очень мало для себя. Время — главный ресурс. А вот информация в наше время — бесценный ресурс. Обладая информацией, мы получаем возможность влиять на ход событий и предупреждать нежелательные последствия.

Каждый из нас ест еду — дома, на работе и не на работе. Пища для человека становится бесценным ресурсом первого уровня по пирамиде А. Маслоу, этим ресурсом манипулируют рестораторы и за него будут бороться производители пищевой продукции и даже государства. Пища — это топливо, и хочется, чтобы вся еда и вода, которая загружается в наш организм, как минимум не влияла на наше здоровье негативно. Хочется верить поварам и тем, кто причастен к искусству приготовления еды, как минимум потому, что тема безопасного питания становится фундаментальным направлением в основе бизнес-модели «как вкусно накормить, не отравить и заработать», будь то киоск на остановке или ресторан на крыше.

В этой книге 7 глав и историй. Здесь вы не прочитаете пересказ нормативных документов и стандартов. Я расскажу то небольшое, что сегодня мне кажется важным в области технологии пищевой безопасности. Эта технология не безупречна, но думаю, это то лучшее на сегодня, что поможет вам разобраться в вопросе и подскажет, как применить знание на работе и даже в быту. Каждый из нас всегда что-то стремится понять, запомнить и сделать.

Эта книга написана потому, что в ресторанах текучка кадров и нет времени объяснять, а быть может, некому объяснять, что функция еды в тарелке заключается не только в том, чтобы создать эстетическое гастрономическое удовольствие. Если вы готовите еду, то вы оказываете влияние на качество жизни и здоровье каждого, кто пришел к вам в ресторан. Еда — это в первую очередь про здоровье и безопасность, в том числе вашу личную безопасность, даже на кухне дома.

Многие люди способствовали тому, чтобы я написал эту книгу.
Константин Кривошонок

Вступительное слово

С ускорением темпа жизни жители мегаполисов все чаще предпочитают не готовить дома. Питаться вне дома — это устойчивый тренд. Можно с уверенностью сказать и так, что кафе и рестораны стали для многих не только местом для завтрака, обеда и ужина, это что-то большее — как место встречи, место для переговоров, место для уединения с чашкой кофе и своими мыслями, место, где можно перевести дух между деловыми встречами, поработать за ноутбуком, подготовиться к экзамену. Учитывая образ жизни и динамику крупных городов, клиент хочет получать больше, чем просто быстрый сервис и вкусная еда. Такой клиент не готов долго ждать свое блюдо, и ресторанам приходится это учитывать в своей работе, идти на различные эксперименты.

Мы живем в оцифрованном мире, где интернет дает возможность получить абсолютно любую информацию. Вкус блюда, комфорт и безопасность определяют выбор клиента в пользу одного из двух одинаковых предложений в границе цены и качества. Согласно исследованиям¹, при выборе ресторана около 67% всех потребителей подвержены влиянию онлайн-обзоров и веб-сайтов с рейтингами заведений, таких как TripAdvisor. Многие посетители ресторанов делятся своими впечатлениями о них в фотографиях блюд и интерьеров в социальных сетях, демонстрируя не только еду, но и общую атмосферу заведения, в том числе чистоту. Поэтому гигиена в ресторанах становится одним из ключевых факторов, которые оказывают влияние на мнение гостей о заведении.

Стоит сказать, компания Essity² на протяжении десятков лет работает на рынке профессиональной гигиены, создавая инновационные решения для заведений общественного питания, призванные защищать их посетителей от опасных бактерий и вирусов. Существует точка зрения, что чистые руки — это залог здоровой и счастливой жизни. Это правда, потому что руки — мощный инструмент, который нас связывает, позволяя нам выражать любовь к семье и друзьям, заводить новые знакомства и заботиться о нуждающихся. Но грязные руки превращаются из инструмента общения в инструмент

¹ Google consumer survey. 2014.

² В России компания Essity представлена ООО «ЭсСиЭй Хайджин Продактс Раша» TM Torq.

распространения микробов. Во всяком случае, в ресторане об этом точно следует помнить.

Санитарно-гигиеническая продукция под торговой маркой Togk предназначена для решения широкого круга задач в кафе и ресторанах любого формата. Бумажные и нетканые материалы, мыло, диспенсерное оборудование ТМ Togk помогают поддерживать чистоту в разных помещениях ресторана, начиная с кухни и зоны раздачи и заканчивая залом и туалетными комнатами. На каждом из этих участков несоблюдение правил гигиены как со стороны работников, так и со стороны посетителей может привести к неприятным последствиям для их здоровья.

Поэтому мы очень рады стать частью проекта издательского дома «Ресторанные ведомости» по подготовке уникальной книги, которая поможет рестораторам, поварам и администраторам заведений общественного питания лучше разобраться в вопросах поддержания гигиены в их ресторанах и кафе.



Максим Барков
Коммерческий директор по профессиональному ассортименту России и СНГ
Компания Essity





Вместо
введения



Аббревиатура ХАССП?

«Чем больше я знаю, тем ближе приближаюсь к неведению».

Сократ

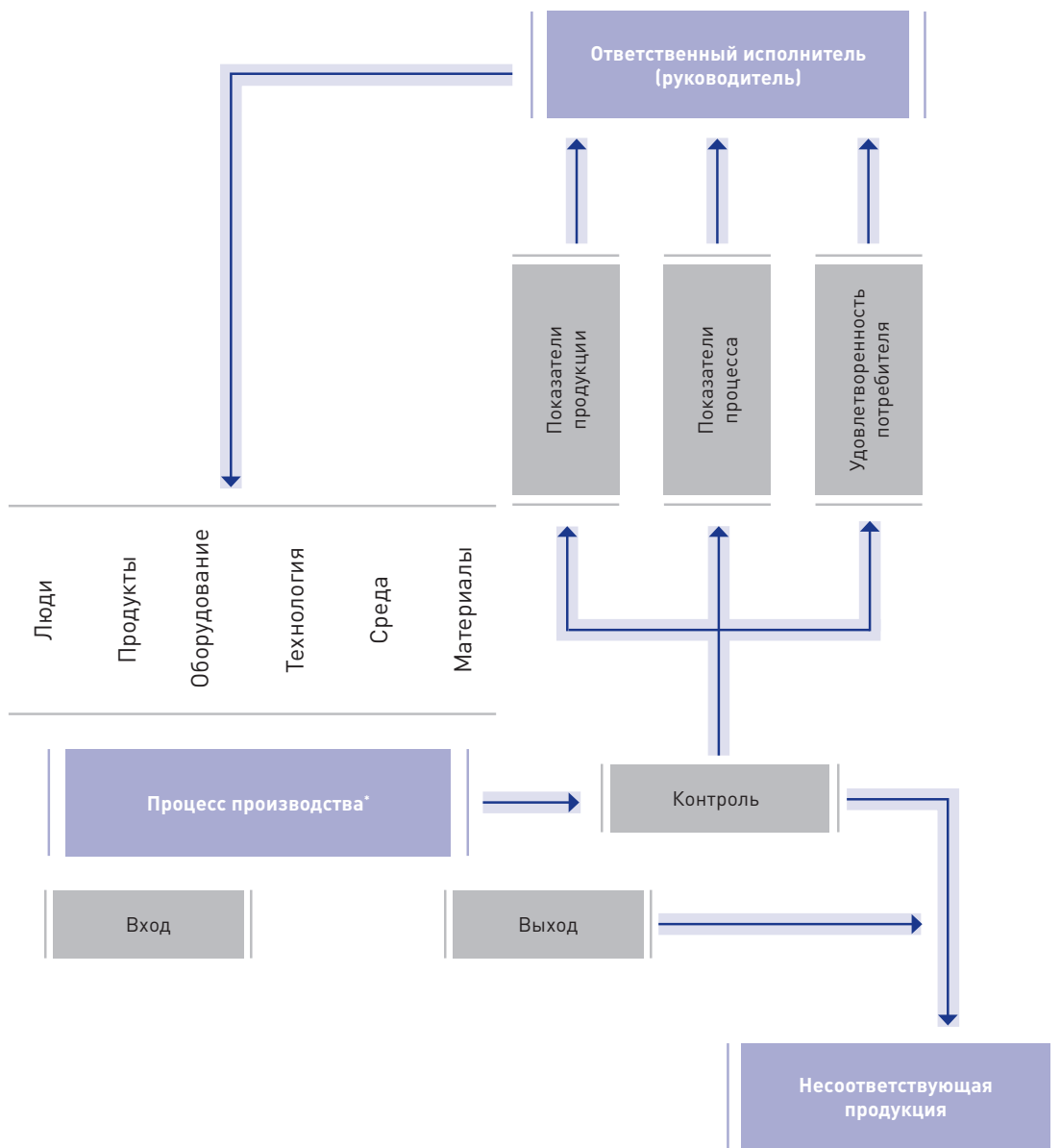
¹ Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 22000-2007 «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции» — требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции». Национальный стандарт применим в отношении организаций общественного питания, к которым относятся ресторан, кафе, бар, закусочная, столовая, в том числе столовые при предприятиях и учреждениях, комбинат общественного и школьного питания, предприятия быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, вагон-ресторан, магазин (отдел) кулинарии, организации, осуществляющие кейтеринговое обслуживание и даже бортовое питание в самолете.

ХАССП, или, в английской транскрипции, HACCP (Hazard Analysis & Critical Control Points) — это анализ рисков и критических контрольных точек. Чтобы разобраться в терминологии, предлагаю для начала посмотреть на скелет модели системы менеджмента безопасности пищевых продуктов (СМБПП)¹, применимый для любой организации общественного питания (рис. 1).

Как прочитать этот рисунок правильно?

Спрос рождает предложение. Любой ресторан в первую очередь делает еду и продает ее потребителю. Невкусная еда никому не нужна, на нее нет спроса. Вкусы быстро меняются, а привычки остаются надолго.

С точки зрения системы менеджмента безопасности пищевой продукции, главная задача ресторана — производство (изготовление) и реализация еды и, как результат, извлечение прибыли от количества проданной еды. Разумеется, еда должна быть качественной и безопасной для потребителя — это закладывается



ККТ — критические контрольные точки, ККТ.

Рис. 1 Схема управления СМБПП



По оценкам «РБК Исследования рынков», в 2018 году самый высокий средний чек в рестора-

в основу любой бизнес-модели. Если вы продаете некачественную еду, есть риск причинения вреда здоровью потребителей. Этого делать нельзя — в лучшем случае вас просто могут закрыть.

В эпоху глобализации всех процессов людей стали кормить едой недопустимого качества. И может быть, вы еще не до конца это понимаете, однако осознать это необходимо. Очень осторожно относитесь к выбору еды и воды!

Формула «дешево задорого» позволяет недобросовестным производителям (изготовителям) продуктов питания минимизировать свои издержки, но не в пользу качества и конечного потребителя.

Великий замысел этой промышленной аферы заключается в том, что человек постепенно забывает вкус натуральных продуктов, забывая свои вкусовые рецепторы химией.

Возможно, культура еды вне дома как раз позволит нам не забыть вкус натуральных продуктов.

Интересно, что современный потребитель услуг общественного питания в большинстве своем — жертва быстрой еды, в том числе по экономическим соображениям.

Такой потребитель ведет себя достаточно предсказуемо: ест либо на ходу по модели «две руки — две еды» (например, утром в одной руке держит стакан кофе, в другой — булочку, днем выпивает стакан кофе и съедает бутерброд) или покупает стандартный «быстрый набор» из сэндвича, картошки и напитка либо ланч, состоящий из супа, салата, горячего и компота.

Рынок быстрой еды — самый успешный во всем мире. В России за последние годы его доля составила около 50% рынка общественного питания при росте прибыльности 2–3% в год. Почему так происходит? Потому что для большинства россиян ресторан по-прежнему является роскошью, а поход в него — это целое событие, к которому готовятся, за исключением, конечно,

комплексных обедов по специальной цене. Приходя в ресторан, такой потребитель часто путает два понятия — субъективное качество и объективную безопасность. Я имею в виду культуру потребления (мы привыкли доверять) и исключительно сенсорные навыки оценки вкуса блюда в тарелке, с одной стороны, и понимание потенциальной угрозы этого блюда для жизни и здоровья — с другой. Некая ментальная ловушка.

Модель поведения таких потребителей была изучена в Америке в начале 1950-х годов, поэтому неудивительно, что концепция известных монополистов рынка быстрой еды построена в первую очередь на всегда узнаваемом вкусе бутерброда и, соответственно, чувстве безопасности, на стопро-

центной точности всех процедур, не требующих специальных поварских навыков, и, как следствие, быстром приготовлении и отдаче такой еды клиенту по доступной цене в яркой упаковке. Только задумайтесь, сколько людей посещает предприятия быстрого питания в одном крупном городе. А в России? А в мире? И тут таким компаниям точно не обойтись без ХАССП. Один провал на любом этапе пищевой цепи, один случай массового пищевого отравления — и репутационный скандал гарантирован.

Надо признать и тот факт, что подобные компании построили свои империи не только за счет понятной и простой для тиражирования технологии. Они внесли значительный инвестиционный



Частота посещения ресторанов быстрого питания растет на 1—3% в год, самым популярным остается McDonalds, на втором месте — KFC, на третьей строчке — Burger King.

вклад в развитие и обучение своих поставщиков. Продавцы стоят в очереди, чтобы заключить выгодные контракты с предприятиями быстрого питания.

Но есть ли сегодня ХАССП в каждой организации общественного питания? Скорее нет, чем да.

Считается, что успешный бизнес строится на возможностях роста объемов производства, сбыта и потребления. Любой рост — это анализ рисков, каждый риск — опасность потери денег, деньги — возможность внедрять инновации, инновации — опережающий фактор конкурентного роста.

Подумайте прямо сейчас о своем конечном потребителе и честно ответьте на вопросы: «Почему у вас НЕ внедрены процедуры и практики ХАССП?», «Зачем вам нужен ХАССП и в чем будет ваша выгода?», «Что значит внедрить ХАССП и как применить его на практике?»

В моей книге вы найдете ответы на эти и многие другие вопросы.

На примере вашего ресторана я расскажу о некоторых современных методических подходах к организации оценки процессов производства (изготовления) пищевой продукции на основе принципов ХАССП. Если вы хотите иметь то, чего никогда не имели, начните делать то, чего никогда не делали.

Посмотрите еще раз внимательно на рисунок 1

и представьте себе свой ресторан. Представили? Теперь запомните: этот рисунок — матрица неудобных вопросов к вам при проведении проверки Роспотребнадзором, который хочет разобраться в том, что вы делаете у себя на кухне, чтобы НЕ допустить несоответствующую продукцию к реализации, как вы управляете рисками и опасными факторами производственного процесса, представляющими угрозу для жизни и здоровья потребителей.

Производственный процесс — это детальное понимание технологии производства блюд и напитков в вашем ресторане с применением различного оборудования, продуктов и материалов, а также с учетом услуг персонала и условий производственной среды. Такая технология на схеме изображается в виде диаграммы производственного процесса с основными этапами «от грядки до тарелки».

Чтобы контролировать качество и безопасность готовых блюд и напитков, нужно ежедневно отслеживать все показатели процесса и продукции, оценивать степень удовлетворенности потребителя. Для этого на диаграмме производственного процесса дополнительно указываются критические контрольные точки (ККТ) на каждом этапе процесса производства (изготовления) блюд и устанавливаются критические пределы для контролируемых ККТ.

Как это сделать?

Использовать систему менеджмента безопасности пищевых продуктов, которая состоит из процедур, основанных **на семи принципах ХАССП**, и предусматривает систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции, а именно:

1. проведение анализа опасных факторов;
2. определение критических контрольных точек (ККТ) процесса производства (изготовления);
3. установление критических пределов, контролируемых в ККТ;
4. установление процедур мониторинга;
5. определение корректирующих действий;
6. установление процедур ведения документации;
7. установление процедур проверки.

Например, регулярный бракераж — одна из понятных процедур мониторинга, проверенная временем. Органолептический контроль на вкус, цвет, запах, внешний вид и консистенцию продуктов позволяет выполнить корректирующие действия и, скажем, снять сомнительный продукт с реализации в витрине, не разрешить отдать блюдо гостю, задуматься о целесообразности использования сырья и полуфабрикатов на кухне, не принимать продукт на склад ресторана и таким образом снизить вероятный риск производства (изготовления)

некачественного блюда и возможного пищевого отравления у потребителя. На кухне необходимо вести бракеражный журнал, но это лишь один из самых простых среди установленных способов документирования информации. К тому же журнал не всегда объективно и качественно заполняется поварами.

Если у вас есть дети, которые ходят в садик или школу, вам будет интересно узнать, что на кухне детских заведений обязательно есть специальный холодильник для хранения суточных проб готовых блюд. Пусть блюда спорные по своему качеству и вкусу, однако суточные пробы завтраков, обедов, полдников и ужинов хранятся там 48–72 часа. Как вы думаете, зачем это нужно? Чтобы при возникновении пищевого отравления была возможность установить его истинную причину. Почему в ресторанах нет таких холодильников? Потому что хранить доказательства невыгодно.

Кодекс Алиментариус

Технологии пищевой безопасности на основе принципов ХАССП уже много лет. В 1971 году она была представлена и одобрена на I Американской национальной конференции по защите пищевых продуктов, а с 1996 года начала стремительно внедряться в пищевую промышленность развитых стран мира. Существует точка зрения, что система ХАССП была создана в США в 1960 году в условиях строжайшей секретности компанией «Пиллсбери» (The

Pilssbury Company), работавшей по заказу NASA. Жизненно важно было гарантировать безопасность пищи для американских астронавтов. Но и советские ученые в те же годы решали аналогичную задачу: как отправить человека в космос или под воду на неопределенное время, чтобы он вовремя и по команде смог нажать нужную красную кнопку.

Представьте себе подводную лодку. Ученым потребовалось создать multifункциональную комфортную среду для «кнопкодавителей» в замкнутом пространстве в условиях чрезвычайной неопределенности, в том числе обеспечить их безопасным питанием. Логика простая. Если бы на подводной лодке был плохо организован процесс питания, увеличился бы риск того, что в момент поступления из центра

управления команды «жми кнопку» экипаж мог оказаться в ненужном месте, например, из-за банального пищевого расстройства все дружно отлучились бы по понятной причине. И что? Вся миссия сорвана.

Подводная лодка — это, возможно, удачный образ современного ресторана.

Должен ли каждый ресторан гарантировать качество и безопасность питания, и если да, то как?

Опасность, угрожающая безопасности пищевой продукции, включает биологические (микробиологические), химические, физические факторы, аллергены и пр., которые могут присутствовать в производственном процессе.

Об этом в первой главе.



Согласно проведенному «РБК Исследования рынков» в мае 2017 года социологическому опросу, 55% россиян высказали пожелание снизить цены на меню кафе и ресторанов, а четверо из десяти опрошенных хотели бы улучшить качество подаваемых блюд.