

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА

др Милош Зрнић

Консултације:

Среда 10:45-12:15

Четвртак 11:15-12:45



Вежбе

Сала за информтику бр.7



Планирање менија

Подаци о предиспитним обавезама и полагању испита

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И СИСТЕМИ РАДА У ГАСТРОНОМИЈИ

Шифра предмета	ЕСПБ бодова		(обавезни, изборни)	
Назив предиспитне обавезе	Број поена		Датум	Потпис
Предавања				
Вежбе				
Колоквијуми				
Семинарски				

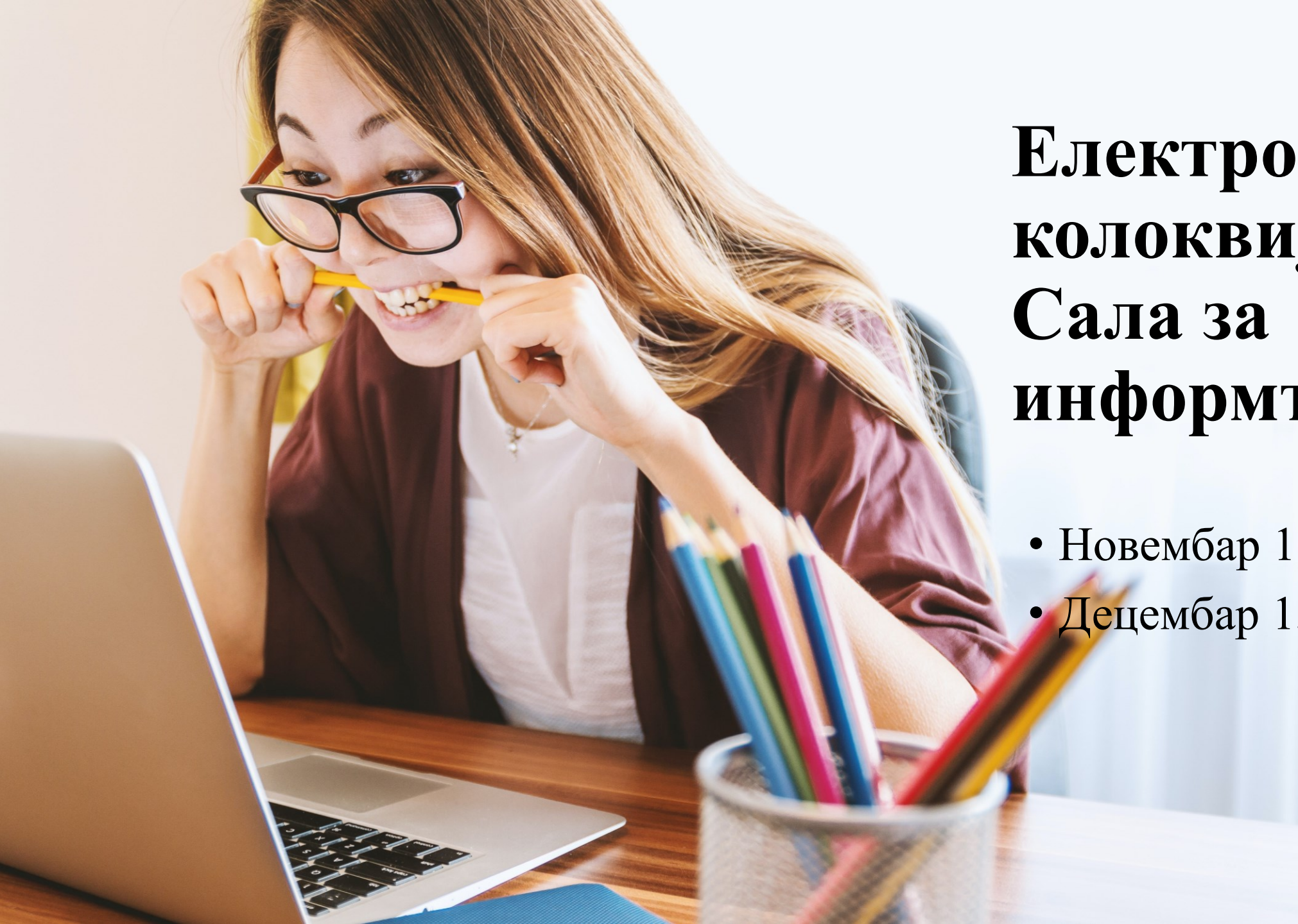
Планирање менија

Бодовање на вежбама

- Активност у току предавања: **10 поена**
- Практична настава: **20 поена**
- Колоквијум-и: **30 поена**
- Семинар-и: **10 поена**
- Завршни испит: **30 поена**
- Укупно: **100 бодова**

Методe извођења наставe: Предавања, дискусије, презентације, консултације, семинарски рад, вежбе

Литература: М. Вукић, О. Дрљевић, Планирање менија, ВХС, Београд, 2011.



Електронски колоквијуми – Сала за информтику бр.7

- Новембар 15.11.2023. у
- Децембар 13.12.2023. у



Електронски колоквијум деталји

- Време трајање колоквијума
15мин
- **Име и презиме (ћирилицом)**
- **Број индекса (ћирилицом)**
- **15 питања**
- **3 понуђена одговора (један тачан одговор)**
- По завршетку колоквијума притиснути ***submit***

САДРЖАЈ

➤ ШТА ЈЕ MENU?

Смисао менија

Ко припрема menu

Алати потребни за планирање менија

Упознај свог госта

➤ **ЗНАЧАЈ ДЕМОГРАФСКИХ ФАКТОРА ЗА СТРАТЕГИЈУ И ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА** (Студије изводљивости, Демографски преглед, Лично искуство, Конкуренција, Старосне групе, Године старости муштерије, Преференције хране, Етничко порекло, образовање, занимање и приход, Анкетирање популарности).

➤ ИНСТИТУЦИОНАЛНА УСЛУГА ХРАНЕ

Тип операције и потребне дијете

Ограничење буџета

Тип услуге који је потребан

Сати исхране

Државне регулације

➤ ИНДУСТРИЈСКА УСЛУГА ХРАНЕ

Профит

Операционе методе (Одређивање цене, Преференција хране, Врста рада којим се запослени баве, Време, Цена).

САДРЖАЈ

Комерцијална услуживања хране

Који тип операције изабрати

Клијентела

Декор

Конкуренција

Тржишни трендови

➤ УПОЗНАЈ СВОЈ РЕСТОРАН

Доступност производа

Потпуна искоришћеност производа

Продајна цена

Потребе за опремом и употребљивост опреме

Складишни простор

Проток робе и производа

Ниво умешности особља

Тема и декор

САДРЖАЈ

ОПРЕМА

ОСОБЉЕ

➤ ТРЖИШНИ ПРЕГЛЕД

ПОДРУЧЈА АНАЛИЗЕ (Муштерије, Клијенти, Потрошачи)

ЗАЈЕДНИЦА САДАШЊИХ И БУДУЋИХ ПОТРОШАЧА

ЛОКАЦИЈА (Друге ствари које се требају размотрити)

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ

ОСНОВЕ НУТРИТИВНОСТИ (Изаћи у сусрет нутритивним потребама, Предложена дијетална дозвола, Означавање хранљивости)

ХРАНЉИВОСТ И ПЛАНЕРИ МЕНИЈА

ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ

ИНДУСТРИЈСКА УСЛУГА ХРАНЕ

КОМЕРЦИЈАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ

НАМИРНИЦЕ И ПРИПРЕМА

НУТРИТИВНЕ ТВРДЊЕ (Апсолутне тврдње, Релативне или Компаративне тврдње, Имплицитне тврдње, Извештаји који нису везани за нутритивне тврдње, Садржај нутритивне тврдње).

САДРЖАЈ

➤ **МЕНИ**

ШИРИ ПОЈАМ СХВАТАЊА МЕНИЈА

СТИЛОВИ МЕНИЈА

КАРАКТЕРИСТИКЕ МЕНИЈА

ТАЧНОСТ КОД МЕНИЈА

(Презентација гастрономских производа, цене у домаћој и иностраној валути, врсте гастрономских производа и начина припреме)

➤ **КАРАКТЕРИСТИКЕ МАРКЕТИНГА МЕНИЈА**

➤ **ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ ПРАВЉЕЊА МЕНИЈА**

➤ **КАРАКТЕРИСТИКЕ МЕНИЈА – ОРГАНИЗАЦИЈА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА**

(Папир, Штампа, Боја, Баланс, Разноврсност, Састав, Опис, Истинитост менија, Обележавање менија, Навођење ставки, Навођење ставки, Дизајн корице).

САДРЖАЈ

- **ТИПОВИ МЕНИЈА**
- **ПЛАНИРАЊЕ ОБРОКА И МЕНИЈА**
- **ОРГАНИЗАЦИЈА МЕНИЈА**
- **КОЛИКО СТАВКИ НА МЕНИЈУ**
- **МЕНИ ЗА РАЗЛИЧИТЕ ОБРОКЕ И ПРИЛИКЕ**
- **РЕКЛАМИРАЊЕ МЕНИЈА**
- **ДОДАТНЕ ИНФОРМАЦИЈЕ НА МЕНИЈУ**
- **НАВОЂЕЊЕ ПИЋА**
- **ДЕФИНИСАЊЕ СТАНДАРДА РЕЦЕПТУРА У ИНДУСТРИЈИ**
- **ЗАПИСИВАЊЕ РЕЦЕПТУРА** (Креативност рецептуре, Стандардни рецепти и њихов значај за квалитет, гастрономског производа, Стандардна спецификација трошкова, Стандардни трошкови порције, Стандардна величина порције).

САДРЖАЈ

- **ТЕСТ ПРОИЗВОДА** (Типови теста производа, Израчунавање теста производа)
- **КОШТАЊЕ РЕЦЕПТУРА** (Важност цене рецептуре – америчка метода, како извршити коштање рецепта)
- **ИСТОРИЈА ПРОДАЈЕ** (БЕНЕФИЦИЈА ИСТОРИЈЕ ПРОДАЈЕ, КАКО РАДИ ИСТОРИЈА ПРОДАЈЕ – ПРИМЕР ИЗ АМЕРИЧКЕ ПРАКСЕ, ИЗВЕШТАЈ О ПРОИЗВОДЊИ, АНАЛИЗА ВРЕДНОСТИ ЦИЉА)
- **АНАЛИЗА ОПРЕМЕ**

СМЕРНИЦЕ ЗА БИРАЊЕ ОПРЕМЕ (Научите разлику између изнајмљене и лизинг опреме, Размотрите дизајн опреме, Купите опрему која је само одржавајућа или лака за одржавање, Проверите репутацију добављача и произвођача, Помоћ при попуњавању анализе опреме)

- **ПРОФИТАБИЛНО ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА**

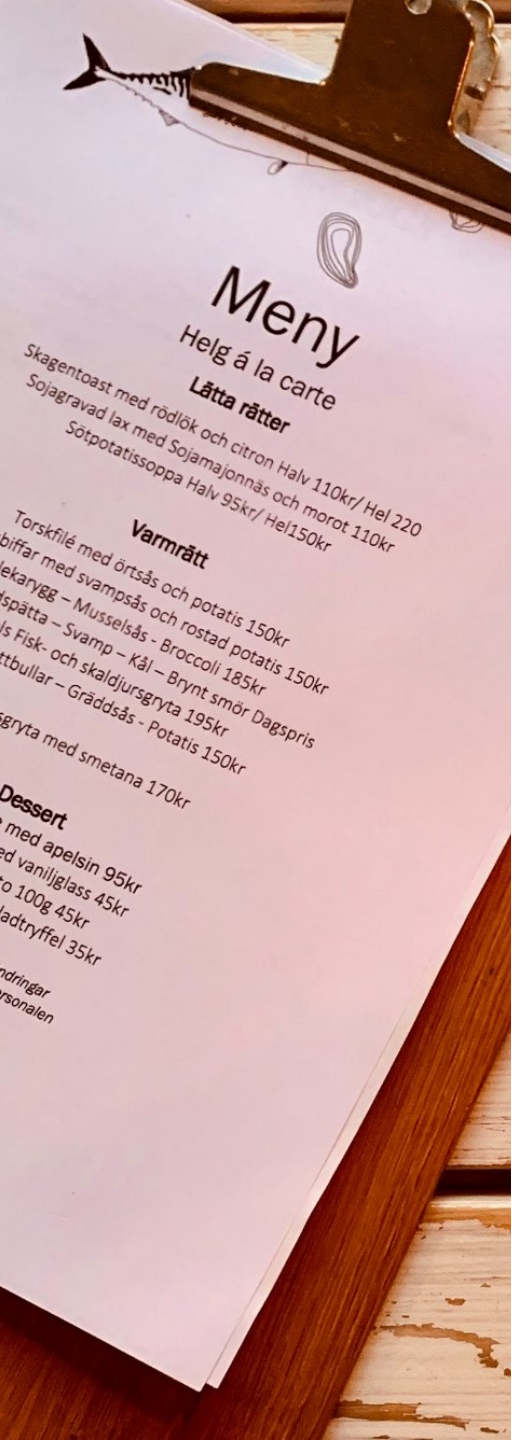
СТАНДАРДИЗОВАНИ РЕЦЕПТИ И КАРТИЦА ТРОШКОВА (Картица трошкова, Трошкови за јела од меса, Појединачне ставке за сервирање, Комплетни оброци, Бифеи, снек барови и салат барови, Одређивање цена у менију, Извештај о приход, Стратегије за одређивање цена у менију, Методе профита)

- **ПСИХОЛОШКО ОДРЕЂИВАЊЕ ЦЕНА**

Предвиђање трошкова на менију

- **АНАЛИЗА МЕНИЈА**

- **ГАСТРОНОМСКИ РЕЧНИК**



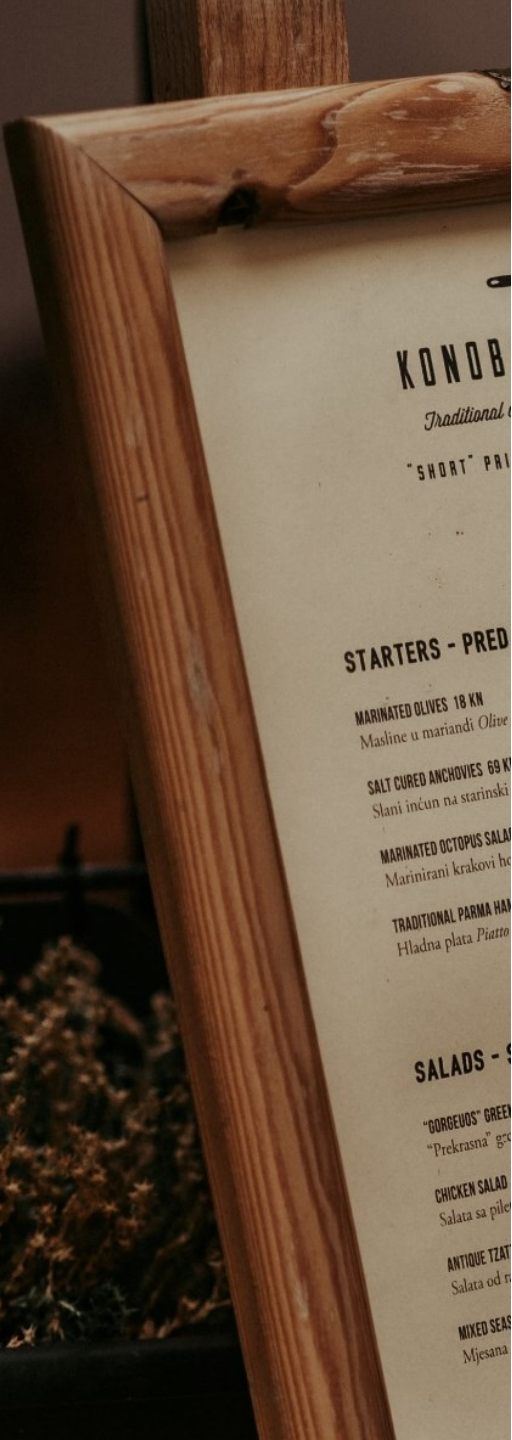
ШТА ЈЕ MENU?

- Реч *menu* је француског порекла и значи „детаљна листа“. Улога менија је у основи да информише госте о томе шта је доступно и по којој цени.

Menu

Мени се дефинише као писана понуда хране и пића угоститељског објекта у датом тренутку.





ШТА ЈЕ MENU?

- Испланирани **мени** за операцију комерцијалног услуживања хране се разликује од оних испланираних у операцијама услуживања хране у установама или индустрији.
- Особа која планира **мени** за установе, индустрију или комерцијалу мора бити добро обавештена о броју аспеката у индустрији услуживања хране. Професионалац који планира мени мора бити добро обавештен и да поседује знања о тржишту и храни, финансијама и менаџменту. Онај који планира мени мора добро разумети ова три подручја да би било успешно планирање профитабилног менија.
- За особу која стиче доста знања у ова три подручја потребна је комбинација теорије обазовања (знати како) и практичног радног искуства у сваком подручју.



ШТА ЈЕ MENU?

- **Мени** не треба да буде свака ствар за сваког госта.
- Мени може бити најважнији интерни рекламни документ који се користи како би утицао на госта и на његов избор при доласку у ресторан.



ШТА ЈЕ MENU?

- **Мени** је сачињен од **гангова** односно послужења који бивају услужени по секвенцама од предјела до десерта. Ови оброци могу да буду оброк од 7 гангова-француски стил, па све до „**састави сам свој оброк**“ из различитих *a la cart* избора.
- **Мени** је одраз оних људи које желите да привучете у ваш ресторан.
- Од виталног је значаја да се сваког дана разговара са гостима како би се открило шта они воле а шта не преферирају.



ОБЈЕКТИВИ

- Битан део при изради менија су његови **објективи**. Објективи у организацији треба да покажу како желите да се прикажете јавности и гостима. **Објективи** не треба да буду превише специфични, они требају мерно да дефинишу општи утисак или осећај који желите да створите.
- Пример објектива треба да се састави као што се наводи: ресторан ће послужити два ограничена obroka (ручак и вечеру) 6 дана у недељи групи муштерија са просеком година од 25 до 35 у неформалној атмосфери. Овакав објектив ће вам помоћи да рашчистите какав мени желите да израдите.
- Након што сте тачно одредили шта желите да послужите, знаћете класификацију вашег ресторана.

ДИЗАЈН МЕНИЈА

Добро дизајниран и ефективен треба да буде:

- Лако читљив
- Разноврстан
- Визуелно приказан
- Ценовно изражен
- Сезонски оријентисан

ТИПОВИ МЕНИЈА

- *À la carte* мени
- *Table d'hôte* (предјело, главно јело и десерт)
- Дегустацијски мени (енг. *testing menu*)
- Достава мени: Ово је тип менија који се користи за услуге доставе хране. Гости наручују храну која им се затим доставља на дом или на одређено место.
- Дијетални мени
- Сезонски мени
- Дечији мени
- Вегански и вегетаријански мени



Menu

Када се планира мени, информације се могу поделити у две категорије:

- (1) Обавезне информације и
- (2) Корисне информације.

Menu

Обавезне информације подразумевају следеће ставке:

- Назив јела
- Цену јела
- Грамажу јела

Menu

Корисне информације подразумевају следеће ставке:

- Алергени (без глутена, без лактозе и сл.).
- Цена у другим валутама (нпр. еуро, долар и сл.).
- Мени на страном језику (нпр. енглески, немачки, шпански, италијански и сл.)
- Специјалитети угоститељског објекта
- Здраве опције
- Сезонске опције



КО ПРИПРЕМА MENU?

- **Планери менија** морају бити високо стручни у бројним областима. Морају добро познавати како саму фирму тако и потенцијално тржиште.
- Потребно је да добро познају храну; како се она комбинује у рецептима, њено порекло, припрему, презентацију и опис, те да разумеју како се различити рецепти могу комбиновати, које ставке на менију иду заједно, а које не.
- **Планери менија** морају бити упознати и са тим како оперативна ограничења, као што су трошкови, доступност опреме и стручност одређене радне снаге, утичу на коначну селекцију менија.



КО ПРИПРЕМА MENU?

- **Планери менија** морају бити способни да замисле како ће мени изгледати графички, који стил ће одговарати, а који би био неодговарајући за дату фирму.
- Ипак једна особа у организацији не може да поседује све вештине потребне за писање савршеног менија, већа је вероватноћа да ће их имати формирана група са чланством које комбинује све наведене вештине.



УПОЗНАЈ СВОГ ГОСТА

- Статистика показује да, у већини случајева, људи остају у близини својих домова или места где раде када одлазе у угоститељски објекат, одприлике у радијусу од пет километара.
- За особу која планира мени значајно је да буде упозната ко борави, и ко ради у тој области.



ЗНАЧАЈ ДЕМОГРАФСКИХ ФАКТОРА ЗА СТРАТЕГИЈУ И ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА

- Студија о локацији и потенцијалном потрошачу позната је као **демографска студија**.
- Како би се демографска студија правилно искористила у планирању менија, два фактора се морају евалуирати:
 1. Сама демографска студија, другим речима, ко је тачно гост на нашем тржишту?
 2. Прилагођавање гостима, заједно са њиховим потребама и жељама.



ЗНАЧАЈ ДЕМОГРАФСКИХ ФАКТОРА ЗА СТРАТЕГИЈУ И ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА

- Најпре треба размотрити саму демографску студију.
- Како се развија?
- Постоје три извора ових информација:

1. Студије изводљивости
2. Демографски преглед
3. Лично искуство



СТУДИЈЕ ИЗВОДЉИВОСТИ

- **Студија изводљивости** је креативан, објективан и рационалан процес у коме се прикупљају и анализирају маркетиншки и финансијски подаци. То је једна свеобухватна студија која покушава да предвиди са разумљивом тачношћу да ли ће потенцијални бизнис успети или ће пропасти.
- **Студије изводљивости** су обимни, комплетни документи који истражују сваку варијаблу која може указати да ли бизнис има потенцијала да оствари профит или не. Два дела студије изводљивости су посебно важна за планера менија, а то су делови који се односе на демографију и конкуренцију.
- Уобичајено у свету ове студије спровode специјализоване фирме за финансије, планирање и менаџмент или саветници за комерцијално угоститељство и кетеринг (*food service consultants*).



ДЕМОГРАФСКИ ПРЕГЛЕД

- Да би биле од помоћи планерима менија, демографске студије морају се фокусирати на одређену локацију. Демографске студије садрже листе генералне популације према: **старосном добу, етничком пореклу, типу домаћинства, брачном статусу, занимању, образовању, приходима, броју возила и другим повезаним подацима.**



ДЕМОГРАФСКИ ПРЕГЛЕД

- Као додатак демографском прегледу, психолошки преглед такође може бити од помоћи планеру менија. Психографски подаци откривају податке о понашању, веровању и животном стилу људи у одређеној заједници.
- Демографски и психографски подаци у комбинацији, откривају детаљне информације. Као и у случају демографског профила интернет може бити изврстан извор прелиминарних психографских информација.
- Током година, особе које се баве писањем менија откриле су да коришћење оба типа информација води ка тачнијем доношењу одлука.



ЛИЧНО ИСКУСТВО

- Трећи извор демографских информација је **лично искуство** неке особе, чак и предосећај у вези неке области познато као шесто чуло.
- **Лични осећај** за тржиште може бити значајна алатка ако се користи правилно. Демографске студије дају поглед на област руководећи се хладним, чврстим чињеницама. Познавање ситуације која стоји иза ових чињеница веома је значајно.

КОНКУРЕНЦИЈА



КОНКУРЕНЦИЈА

- Други фактор у коме лично искуство има значаја је конкуренција. Иако је конкуренција део студије изводљивости, није и део демографских студија.
- Шта је уствари **конкуренција**?
- У **широком смислу** те речи, то је сваки бизнис који продаје храну и пиће.
- У **ужем смислу**, конкуренција укључује свако услуживање хране која продаје сличан гастрономски производ по сличној цени.
- Конкуренција се може категоризовати и као **индиректна** (у случају супермаркета) и **директна** (у случају других ресторана).
- Када максимални број компетитивних бизниса постоји на тржишту, ситуација је позната као **сатурација тржишта**.

СТАРОСНЕ ГРУПЕ

- Када планер менија одлучи да испланира одређени мени, године старости гостију који ће конзумирати храну, морају бити узете у обзир. Године старости потрошача имају директан утицај на изабране ставке за одређени мени.
- Познавање старосних група потрошача је од виталног значаја за правилну селекцију менија.
- Ове групе се могу поделити на следеће потенцијалне потрошаче: деца, тинејџери, млађи људи, људи средњих година и старије особе.



СТАРОСНЕ ГРУПЕ

Тржиште људи може се даље поделити на :

- Самци
- Пословни људи
- Групе (туристи)
- Парови без деце и
- Породице.

ПРЕФЕРЕНЦИЈЕ ХРАНЕ

- Иако су, у многим случајевима, институције као што су болнице и школе под надзором државних органа или дијеталних регулација, планер менија мора да буде пажљив са избором и да има у разматрању шта пацијент или ђак жели да поједе унутар институције. Процес се може постићи различитим методама.
- **Анкета и преглед менија** се може извршити да би се одредило која је храна популарна или да би се одредило коју храну желе потрошачи, пацијенти, ђаци, да виде на менију у будућности. Планер менија може прегледати анкету и унети промене које могу помоћи у побољшавању менија. Ако је могуће, планер менија треба да елиминише ону храну која се показала непопуларном.
- Још један метод одређивања преференције хране је ставити кутије у кафетеријама где се могу убацивати предлози. Ова идеја није толико ефикасна као што је анкета. Људи обично сматрају анкету озбиљнијом него предлоге из кутија.
- Поред наведених група које оброк користе у комерцијалним објектима постоје и оне групе које користе институционалне услуге хране.



ЕТНИЧКО ПОРЕКЛО

- Одређене етничке групе преферирају одређену храну. Потребно је бити обазрив, јер многи чланови **етничких група** не конзумирају искључиво храну пореклом из њихове родне земље.
- Треба запамтити да, иако већина неке етничке групе жели да конзумира одређену храну, зачине или начин припреме хране, то не значи да то важи за све националности. Креатор менија треба да узме у обзир чињеницу да је одређена храна привлачнија одређеним етничким групама у већини случајева, али то није увек истина.
- Религијска и етничка позадина људи која се услужује игра битну улогу у планирању менија. На пример, у јеврејској болници стриктни културни дијетални захтеви се морају пратити: млечни и месни производи се не могу мешати, морају се држати одвојено. Ипак, јаја, риба и поврће се сматрају добрим и могу се користити са млечним и месним оброцима. Лој или било која друга животињска маст се не може користити, али сојина, палмина и биљна маст је сасвим прихватљива.



ОБРАЗОВАЊЕ, ЗАНИМАЊЕ И ПРИХОД



- Образовање, занимање и приход повезани су заједно јер имају утицаја једни на друге.
- Што се тиче планирања менија, образовање и занимање играју малу улогу у поређењу са приходом. Са приходом као главним фактором, кључно одређење за особу која саставља мени постаје финансијска снага тог тржишта.
- Други кључни фактор није увек приход у одређеној демографској области, већ расположив приход у том тржишту. **Расположиви приход** је онај део зараде и инвестиција који преостаје након покривања основних потреба као што су: храна, склониште и одећа.



ТРЕНДОВИ

- Планер менија такође мора да прати трендове у оквиру дате демографске области.
- Треба бити на опрезу: иако је значајно пратити трендове, не треба претеривати, избегавати прихватање трендова у потпуности.
- Веома је важно препознати дакле разлику између хирова и трендова. **Трендови** остају неко време и много пута постају норме.

ДРУГИ ДЕО

ИНСТИТУЦИОНАЛНА УСЛУГА ХРАНЕ

➤ Категорије институционалне услуге хране су:

1. Основна школа
2. Средња школа
3. Факултети и универзитети
4. Приватне и државне финансиране болнице
5. Старачки домови и помоћни објекти
6. Корекциони објекти
7. Војни објекти

➤ Свака од ових операција има своје дијеталне захтеве који се морају испоштовати у менију. Најважнији фактор код планирања институционалног менија је тај да понуда мора бити довољно хранљива. Сви институционални менији треба да укључују пет основних група хране:

1. хлеб, житарице, пиринач и тестенина
2. поврће
3. воће
4. млеко, јогурт, сир
5. месо, живина, риба, пасуљ, јаја и коштуничаво воће.

ИНСТИТУЦИОНАЛНА УСЛУГА ХРАНЕ

➤ Када се планира мени за било коју институцију, следећи фактори треба да буду размотрени:

1. Тип операције и дијета захтевана од стране муштерија
2. Ограничење буџета
3. Године старости муштерије
4. Преференције хране од стране муштерије
5. Тип услуге који је потребан
6. Часови исхране
7. Складишни простор
8. Опрема потребна да би се произвео мени
9. Државне одреднице
10. Религиозни и етнички темељ госта



ОГРАНИЧЕЊЕ БУЏЕТА

- Већина институција данас су руковођене и подржане од стране великих компанија. Болнице, старачки домови или школе ће одредити предужам (евро по дану) са којим организација мора да ради. Мени не мора да буде у оквиру исте суме сваког дана; него мора остати унутар граница буџета у рачуноводственом периоду, тако да се може дозволити да планер менија чини неке флексибилности код планирања менија.
- У већини случајева, институционалне кафетерије су постављене да послују без губитка или на бази 2-10% профита. Сама институција није у послу да би створила велики профит тако да многи институционални објекти наплаћују веома мало за своје ставке хране.



КВАЛИТЕТ ХРАНЕ

- Важно је услужити храну која има добар **квалитет**. Јела могу бити послужена топла или хладна или умерено топла, у зависности од поруджбине или дешавања и врсте гостију.
- Хладне ставке које су постављене на линији кафетерије треба да буду постављене на подлози од леда. Салате и млечни десерти захтевају расхладне уређаје. Не би било паметно служити остриге или шкољке на полицама зато што имају лош квалитет одржавања; оне губе своју свежину ако су сервиране на собној температури.
- Метод служења топле хране односи се на делимично спремање хране у кухињи и доготовљавање пред гостом.
- Када се планира мени за институције, планер менија мора узети у обзир тип услуге који ће се користити да би се одржао **квалитет производа**.



ДРЖАВНЕ РЕГУЛАЦИЈЕ

- У већини институционалних објеката, држава игра важну улогу код планирања менија. У вртићима и основним школама, системи услуживања и планирања хране морају пратити захтеве школског obroka постављених од **стране државних органа**.
- Важно је бити у области закона прописаних од стране државе. Државна финансијска помоћ се може прекинути ако се не прате регулације спроведене за планирање менија за државно финансиране институције.
- С обзиром на њихов узраст и осетљивост, планер менија има велику одговорност не само за избор и планирање менија већ и за нутритивност и санитарну превенцију. Потребно је избегавати конфликтне намирнице и строго примењивати начела **НАССР-а**.

ИНДУСТРИЈСКИ СЕГМЕНТ УСЛУЖИВАЊА ХРАНЕ

➤ **Индустријски** сегмент услугавања хране је сачињен од:

1. Корпорација
2. Компанија
3. Фабрика и било ког другог типа организација која запошљава довољно радника да се покаже потреба за операцијом производње и услугавања хране унутар тог објекта.





ИНДУСТРИЈСКИ СЕГМЕНТ УСЛУЖИВАЊА ХРАНЕ

- За планера менија да би испланирао успешан мени унутар индустријског сегмента услуживања хране, следећи фактори морају бити узети у обзир:
1. Преференције према храни од стране запослених који ће бити услужени
 2. Тип посла којим се баве запослени
 3. Дозвољено време за оброк
 4. Износ новца који би запослени потрошили на храну и висина платежног чека

ПРОФИТ

- Менаџмент ће уложити новац да би стекао новац.
- Постоје две методе руковођења код индустријских операција услуживања хране а то су:
 1. Менаџмент потписује уговор са професионалном компанијом услуживања хране
 2. Менаџмент спроводи операцију уз пуну одговорност за контролисање система исхране као део посла.



ОДРЕЂИВАЊЕ ЦЕНЕ

➤ Када се одређује цена за индустријски мени, менаџмент има избор да одреди цену на један од три начина:

1. Постављање великог процента профита (10-20%)
2. Постављање малог процента профита (1-3%)
3. Постављање без профита (храна продата по цени која покрива само трошак хране, рада и других трошкова а да притом предузеће нема профит)



ПРЕФЕРЕНЦИЈА ХРАНЕ ЗАПОСЛЕНИХ

- **Планер менија** мора бити упознат са жељама запослених како би могао да испланира успешан мени.
- Преглед менија, односно избор и анкетирање будућих потреба за храном треба да буде спроведен свака три месеца како би задовољио раднички обрт и зато што се жеље и укуси могу променити након одређеног времена. Осим тога радник може да се засити одређене хране.



ВРСТА РАДА

- **Планер менија** треба да зна тип посла којим се баве запослени. Да ли су запослени укључени у физичку активност или седе за столовима цео дан? Ова информација помаже при одређивању порција, количини и разноврсности хране која се нуди и да ли ставке треба да буду тешке или лаке у смислу калоријске вредности.

ВРЕМЕ

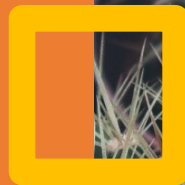
- **Време** дозвољено за оброк, такође је битан фактор. Ставке којима је потребно дуже време да се припреме не треба да буду наведене у менију. Већина запослених има на располагању пола сата или сат времена за оброк.





ЦЕНА

- Количина **новца** коју муштерија има или је вољан да потроши за оброк на дневној бази је ограничена.
- Планер менија треба да понуди ставке које су доброг квалитета и разумне цене.





КОМЕРЦИЈАЛНА УСЛУЖИВАЊА ХРАНЕ

Комерцијални сегмент индустрије услуживања хране укључује:

- Хотеле
- Ресторане
- Клубове
- Операције брзе хране
- Кафетерије
- Кетеринг послове
- Вендинг послове
- Деликатесна радња
- *Pop up* ресторани



КОМЕРЦИЈАЛНА УСЛУЖИВАЊА ХРАНЕ

Неопходно је да планер менија познаје следеће тачке:

- **Тип клијентеле** који менаџмент жели да привуче
- **Декор**
- **Маргинални профит и**
- **Тржишни трендове.**



КОЈИ ТИП ОПЕРАЦИЈЕ ИЗАБРАТИ

Иако постоје многе филозофије како руководити са операцијом услуживања хране, постоје три основна схватања: брза храна, породична и фина храна.

Организација **брзе хране**. Карактеристике филозофије брзе хране су следеће:

- Низак просечни рачун: 3-8 евра
- Већи обрт капацитета и висок интензитет продаје



КОЈИ ТИП ОПЕРАЦИЈЕ ИЗАБРАТИ

- Ограничен комфор при седењу: коришћење пластичних непокретних места пружа мању комфорност
- Коришћење пластичних шољи, тањира или папирних салвета и других једнократних материјала
- Ограничен мени: избор ставки на менију је ограничен на не више од 10 ставки, да би се смањило време које је потребно гостима да прочита мени и да одлучи шта да поручи.

КОЈИ ТИП ОПЕРАЦИЈЕ ИЗАБРАТИ

- Циљ је створити атмосферу која ће дозволити муштерији да поједе и да напусти организацију што је брже могуће, обично у периоду од око 30 минута.





КОЈИ ТИП ОПЕРАЦИЈЕ ИЗАБРАТИ

- **Породичне организације**
- Термин „породични“ показује да менаџмент мора да узме у обзир жеље широког спектра гостију. Карактеристике ове породичне филозофије су:
- Средњи просечни рачун: од 8 до 12 € по особи
- Избор менија укључује до 30 ставки.



КОЈИ ТИП ОПЕРАЦИЈЕ ИЗАБРАТИ

- **Фино ручавање** (енг. *fine dining*). Филозофија финог ручавања на много начина је супротност филозофији брзе хране. Објектив филозофије финог ручавања је пружити гостима опуштајуће и пријатно искуство. Карактеристике ове филозофије укључују:
- Рачун: од 15-60 € по особи
- Низак обрт: са капацитетом до 100 места

КОЈИ ТИП ОПЕРАЦИЈЕ ИЗАБРАТИ

- Седење је веома удобно: коришћење фабрички штофованих седишта пружа већу удобност
- Мени избор је проширен са већим описима
- Висок квалитет декора ентеријера.



ДЕКОР

- Боја зграде
- Боја менија
- Осветљење
- Тематска целина
- Функционалност
- Уметничка дела и детаљи



МАРГИНАЛНИ ПРОФИТ

- Маргинални профит у угоститељству представља додатни профит који се остварује од продавања додатних јединица производа или услуге. Он се израчунава одређивањем разлике између додатних прихода који се добијају продавањем једне додатне јединице производа или услуге и додатних трошкова који се односе на производњу или пружање те додатне јединице.
 - Израчунава се формулом:
Маргинални профит = Додатни приходи - Додатни трошкови
-

МАРГИНАЛНИ ПРОФИТ

- У угоститељству, примери додатних прихода могу укључивати продавање додатних јела или напитака гостима, понуду додатних услуга као што су туристички обиласци или масаже, итд. Додатни трошкови обухватају трошкове сировина, радну снагу и остале трошкове који се односе на производњу или пружање додатних услуга.

МАРГИНАЛНИ ПРОФИТ

- Маргинални профит је важан концепт у угоститељству јер помаже у одлучивању да ли је исплативо понудити додатне производе или услуге, и у којој количини. Уколико је маргинални профит позитиван, то значи да продавање додатних јединица доноси додатан профит. У случају негативног маргиналног профита, можда би требало размислити о оптимизацији трошкова или промени стратегије.



ТРЖИШНИ ТРЕНДОВИ

- Локалне и сезонске сировине
- Здраве опције
- Иновације и авангардни креације
- Иновације и авангардни креације
- Глобални утицај
- Алергени и дијетске рестрикције
- Локални напитци и кафе
- Информативни менији

УПОЗНАЈ СВОЈ РЕСТОРАН

- Пре писања новог менија или додавања нових ставки већ постојећем менију, планер менија мора потпуно да разуме могућности и границе датог ресторана
- Исто важи и за писање менија за ресторан који је у фази планирања.
- Неколико фактора треба узети у обзир када се размишља о променама у менију већ постојеће операције: **доступност производа, потпуна искориштеност производа, продајна цена, употребљивост опреме, физичке могућности јединице, проток робе и производа, ниво умешности особља и тема ресторана.**



ДОСТУПНОСТ ПРОИЗВОДА

- Планери менија често превиде овај фактор. Колико пута сте видели натпис „доступно само у сезони“ на листи менија? Свака ставка исписана на менију мора бити доступна у свако време. Самим тим, сви састојци неопходни за припрему новог јела морају бити доступни током целе године од локалног извора, ако је у питању комерцијално штампани стални мени. Ако предложена листа има сезонске састојке, они се могу исписати ако се мени штампа дневно или недељно на компјутеру у ресторану.
- Друга стратегија, коју користе неки ресторани обухвата креирање сезонског менија који се периодично мења и укључује свежу храну.

ПОТПУНА ИСКОРИШЋЕНОСТ ПРОИЗВОДА

- Кад год је могуће, избегавати повећавање броја ставки наведених у менију јер то смањује проток новца и повећава могућност малверзације и отпадака.
- Потпуна искоришћеност производа није увек могућа када се додају нове ставке на менију.
- Потребно је донети одлуку у вези тога како ће се нова ставка продавати у односу на додатне трошкове проширеног инвентара.





ПРОДАЈНА ЦЕНА

- Трошак хране за одређену ставку на менију је кључни фактор у одређивању продајне цене те ставке. Када се проверава доступност састојака од набављача, планер менија треба да одреди и њихове трошкове.
- Такође, морају се истражити и трошкови рада поред трошкова хране. Нова ставка на менију не сме бити више радно ангажована него друге ставке на менију. Ако је то ипак случај, а планер менија и даље сматра да треба увести нову ставку, онда продајна цена треба да садржи и фактор који се односи на додатне трошкове рада.
- Цена такође треба бити у оквиру цена које ће демографски идентификоване муштерије датог ресторана бити вољне да плате.

ОПРЕМА

- Један од највећих трошкова прилоком планирања ресторана је набављање опреме. Самим тим, потребно одредити који комади опреме су потребни и купити само оне који су неопходни.
- Други корак је одредити величину и број опреме потребних у производњи менија. Два фактора се узимају у обзир:
 1. Број различитих ставки на менију које се производе на сваком комаду опреме. Кипер или бројлер, на пример, може се користити у производњи неколико ставки на менију
 2. Капацитет просторије за ручавање у смислу броја седишта и предвиђеног броја особља





ОПРЕМА

- Кључни циљ у управљању протоком производа и робе је тај да нема укрштања и враћања уназад. Да би се развио добар проток у ресторану, почети са сировим производима приликом примања робе и пратити их током целе операције до тачке услуживања муштерије и даље до функције прања посуђа.
- Додатно, треба узети у обзир дужности запослених и пратити њихово кретање кроз ресторан. Постоји шанса да, ако је проток гастрономских производа добар, онда ће и проток робе бити у складу са кретњом персонала угоститељске куће. **Неколико сати пажљивог планирања може спречити године проблема.**
- Тип и количину опреме, као и предложени распоред требало би скицирати на папиру јер ће бројне промене, додавања и брисања бити потребни пре финалног плана. Ово је само преглед онога што укључује планирање новог ресторана. Високо квалификовани саветници, могу помоћи у овој фази развоја.

ПОТРЕБЕ ЗА ОПРЕМОМ И УПОТРЕБЉИВОСТ ОПРЕМЕ

- Многе институције прво купују опрему па онда праве мени. Деси се да менаџмент касније схвати да нека опрема коју је купио није неопходна за производњу тог менија.
- Увек прво испланирајте мени; затим га анализирајте па одлучите која је опрема потребна да произведете мени. Овај део процеса планирања се зове **анализа опреме услуживања хране**.
- Употребљивост опреме захтева од писца менија да буде уверен да је потребна опрема спремна за припрему одговарајуће ставке. Ово обухвата целу кухињу. Подручје складишта – укључујући фрижидере, замрзиваче и суво складиште – мора се проверити да би се знало да ли је капацитет довољан да прихвати састојке који су потребни за увођење нове ставке.





ПОТРЕБЕ ЗА ОПРЕМОМ И УПОТРЕБЉИВОСТ ОПРЕМЕ

- Два фактора морају се узети у обзир: први, да ли сама опрема може да поднесе повећану тражњу и други, да ли јединица може да поднесе повећани обим. Најпре, узети у обзир да сваки комад опреме у кухињи има свој максимум капацитета производње.
- Овај максимум истакнут је на спецификацији произвођача. Често су ови капацитети обележени као оптимални услови. Да би се одредило да ли одређени комад опреме може да поднесе повећање производње, од максимума капацитета производње (према произвођачу) одузети искоришћеност у току периода највећег промета у датој операцији. Упоредити разлику са предвиђеном продајом нове ставке на менију како би се утврдило да ли се ставка може благовремено припремити.



ПОТРЕБЕ ЗА ОПРЕМОМ И УПОТРЕБЉИВОСТ ОПРЕМЕ

- Други фактор физичких могућности кога треба узети у обзир је способност јединице да поднесе нову ставку на менију. **Јединица** у кухињи је област где се извршава група међусобно повезаних задатака.
- Постављене задатке обавља једна особа али у ретким ситуацијама екстремно високог обима посла, задатке може да обавља и више особа. Примери јединице у производној линији могу садржати јединице за сотирање, пржење, гриловање идр.
- Приликом додавања нове ставке на мени треба размотрити и две околности: да ли јединица, као целина, може да поднесе повећану тражњу, и друга околност је способност особе која ради на том радном месту да се избори са додатним захтевима потребним за додатне ставке.

СКЛАДИШНИ ПРОСТОР

- Складишни простор помаже у одређивању типа хране која ће бити понуђена на менију.
- У многим случајевима, институције имају ограничен расхладни простор. Ограничен расхладни простор показује да многе ставке на менију морају бити или свеже које захтевају расхладни простор или конзервиране које захтевају складишни простор.
- Планер менија мора узети у обзир количину и тип доступног складишног простора да би избалансирао разноликост производа тачно према менију.



ОСОБЉЕ

- Пре запошљавања нових особа, значајно је развити опис посла, а мени би требало да буде интегрални део ове процедуре. Прегледати предложени мени да би се утврдио ниво умешности потребан за производњу жељених ставки.
- Веома често нови ресторан запосли превише квалификовану (и превише плаћену) особу за производњу менија, иако особа са мање умешности може да обави посао. Супротно томе, лошији сценарио би био запослити неквалификоване особе које нису уопште увежбане.
- Упоредо са развојем старог или новог менија треба радити на радној снази тј. регрутовању, селекцији, пријему, обучавању и увођењу у посао.





НИВО УМЕШНОСТИ ОСОБЉА

- Планер менија мора пажљиво да процени комплексност новог додавања у менију, како би се избегло превазилажење нивоа умешности кухињског особља.
- Слично томе, мора се узети у обзир и умешност услужног особља. Четири основна стила услуживања користе се обично у иностранству: самопослуживање, амерички, руски и француски стил. Сваки од њих има различите карактеристике и захтева различити ниво стручности.
- **Самопослуживање**, претежно у операцијама брзе хране, захтева од муштерија да приђу и сами преузму наруџбу.
- У **америчком стилу**, све се припрема и поставља у кухињи, а затим доставља муштерији. Овај стил услуживања карактеристичан је за кафетерије и тематске ресторане.



НИВО УМЕШНОСТИ ОСОБЉА

- Самопослуживање и амерички стил се понекад комбинују, као што је случај са хладно-топлим бифеом, где се муштерије саме послужују, а конобари служе пиће и постављају сто.
- Код **руског услуживања**, наруџба се припрема у кухињи, а сервира је конобар
- Код **француског услуживања**, наруџба се делимично припрема у кухињи, али се завршава и сервира за столом. Два последња стила услуживања обично су резервисана за финије ресторани, мада се у многим оријенталним ресторанима користи врста руског услуживања
- Приликом додавања нових ставки на мени, најсигурније је остати у оквиру граница стила који се тренутно користи. Ако се сматра да је неопходно побољшање квалитета одређене операције у смислу понуде менија, онда се одлука доноси на основу тога да ли се особље у производњи и услуживању може увежбати да буде у складу са побољшањем.



НИВО УМЕШНОСТИ ОСОБЉА

- Последњи фактор пре него што се изврши промена на менију у већ постојећој операцији је тема ресторана. Особа која пише мени мора да поведе рачуна да нове ставке буду компатибилне са темом као и са декором.
- Веома често ресторани униште свој имиџ удаљавањем, полако али сигурно, од своје оригиналне теме када уведу некомпатибилне ставке.
- Често је намера да се створи ново тржиште, али напор у приближавању свим људима на исти начин уништава оригиналност која ресторан чини пре свега јединственим.



НИВО УМЕШНОСТИ ОСОБЉА

- Умешност како кухињског тако и услужног особља је посебан фактор кога треба узети у обзир при стварању нових ставки на менију.
- Умешност особља може се изразити у четири нивоа:
 1. Први ниво је тај по коме је линијски кувар способан да припреми одређену ставку према наруџбини и да је сервира према спецификацијама и стандардима ресторана.
 2. Други ниво је кувар припреме, који може да прати структуру и тестиране количине у рецептима.
 3. Трећи ниво је шеф који може да изнесе и компликованије рецепте.
 4. Четврти ниво је шеф који самостално креира рецепте.

ТРЕЋИ ДЕО



ТРЖИШНИ ПРЕГЛЕД

- ПОДРУЧЈА АНАЛИЗЕ (Муштерије, Клијенти, Потрошачи)
- ЗАЈЕДНИЦА САДАШЊИХ И БУДУЋИХ ПОТРОШАЧА
- ЛОКАЦИЈА (Друге ствари које се требају размотрити)
- ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ
- ОСНОВЕ НУТРИТИВНОСТИ (Изаћи у сусрет нутритивним потребама, Предложена дијетална дозвола, Означавање хранљивости)
- ХРАНЉИВОСТ И ПЛАНЕРИ МЕНИЈА
- ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ
- ИНДУСТРИЈСКА УСЛУГА ХРАНЕ
- КОМЕРЦИЈАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ
- НАМИРНИЦЕ И ПРИПРЕМА
- НУТРИТИВНЕ ТВРДЊЕ (Апсолутне тврдње, Релативне компаративне тврдње, Имплицитне тврдње, Извештаји који нису за нутритивне тврдње, Садржај нутритивне тврдње).

ТРЖИШНИ ПРЕГЛЕД

Планер хране мора да узме у обзир многе тачке, као што су:

- Тип менија
- Тип гостију
- Тип кухиње
- Атмосфера
- Ентеријер
- Жељени профит
- Капитал која ће да се инвестира и
- Особље.



ТРЖИШНИ ПРЕГЛЕД

- **Капитал** тражи хладну главу, добре прорачуне и истраживање.
- Преглед тржишта пружа детаљну анализу следећих подручја: муштерије, заједнице и физичке локације операције припреме и услуживања хране.





ГОСТИ

- Тржиште или тип жељеног госта
- Старосна група
- Преферирана храна
- Социјалне навике
- Ниво образовања
- Етничка позадина
- Омиљени дани за ручавање ван куће



ГОСТИ

Старосна група. Знати старосну групу гостију може у многоме помоћи код одлучивања следећег:

- Тип кухиње ресторана
- Цену гастрономских производа
- Величина порције
- Амбијент



ГОСТИ

- Преферирана храна
- Ниво образовања
- Верска опредељеност
- Етничка позадина
- Доминантан пол.



ГОСТИ

- **Врста посла којим се муштерија бави.** Тип посла којим се муштерија бави у вашем тржишту током целог дана ће вам помоћи код утврђивања смерница за избор хране која се поставља на менију и одређивања величине порција. На пример, ако храните људе који доста раде физичке послове ставке хране и величине порције треба да буду веће. Муштерије који раде мање физички посао ће можда више волети избор хране са мање калоријском вреднишћу и мањом порцијом. Количина времена коју појединац има за паузу за ручак треба да утиче на тип система услуживања хране који се користи.
- **Шаблон долазака.** Знати број самаца, парова и група од три и више особа у које ће време доћи да једу ће помоћи вашем шефу сале при правлином постављању сале за ручавање.



РЕЗЕРВАЦИЈА ГОСТИЈУ

- Шаблон долазака гостију није строга формула већ најчешће искуствена метода. Сам распоред столова и број места за столом лакше је решити ако је ресторан под резервацијом. Преглед сале и свакодневна евиденција броја заузетих столова ће вам помоћи да оријентационо лакше и брже дођете до пожељног решења за госта и организацију.



ГОСТИ

- *Омиљени дани за ручавање ван куће.* Знати који су радни дани популарни и који нису ће вам помоћи у утврђивању маркетиншких програма за оне дане који нису.
- Петак, субота и недеља су веома популарни дани за ручавање ван куће, зато што су људи обично плаћени четвртком или петком и обично ће имати већу количину потрошног прихода у време када изађу ван куће.

ЗАЈЕДНИЦА САДАШЊИХ И БУДУЋИХ ГОСТИЈУ

- Географско подручје, регија, град или варош одакле већина гостију долази у операцију услуживања хране се назива заједница. Елементи које треба простудирати унутар заједнице су:
 - Стопа раста
 - Доступност дозвола за точење пића
 - Конкуренција
 - Број породица
 - Потенцијал за рекламирање





ЗАЈЕДНИЦА САДАШЊИХ И БУДУЋИХ ПОТРОШАЧА

- **Стопа раста.** Ако заједница има популацију која се смањује, паметно је открити разлог смањења и добро размислити о изградњи било каквог објекта у том месту. Инвеститор мора да узме у обзир количину времена која је потребна да се сакупи довољна количина података да се анализира преглед тржишта, а то је отприлике од 6 месеци до 2 године.
- **Доступност дозвола за точење пића.** Доступност дозвола за точење пића код нас је решена самом дозволом за отварање комерцијалног типа објекта.



ЗАЈЕДНИЦА САДАШЊИХ И БУДУЋИХ ГОСТИЈУ

- Други метод добијања дозволе је купити организацију која већ има дозволу за точење пића, која се може пребацити на другог власника.
- Пребацивање дозволе се мора одобрити од стране комисије за одобравање дозволе. Дозвола за точење пића мора да се обнавља на годишњем нивоу и може се одузети са било којим начином кршења закона.
- Битно је проверити локалне и државне агенције за одговорност точења пића и трошкова.



ЛОКАЦИЈА

- Један од првих корака у бирању локације је одређивање будућих потреба. Планирати унапред је од виталног значаја када се бира локација. Потребне организације која жели да отвори ланац организације се разликују од оних организација које желе да отворе самосталну операцију. Знати шта желите и шта вам је потребно пре тражења локације помаже при елиминисању потрошеног времена и фрустрације.

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ



- Нутритивност је наука о томе како је храна искористљива у организму. Храна је сачињена од састојака, хемијских једињења која су неопходна за опстанак. Неки од њих су есенцијални, који се не могу створити у телу и који се морају уносити путем хране.

Есенцијалних састојци:

- Минерали
- Гвожђе
- Калцијум
- Витамини



ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ

➤ Постоје и други састојци који су подједнако важни за опстанак, али ови састојци се могу синтетизовати од стране организма. Примери ових типова састојака су масне супстанце, лецитин и неесенцијалне аминокиселине. Шест главних група састојака су:

1. Протеини
2. Угљени хидрати
3. Масти
4. Витамини
5. Минерали
6. Вода

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ



- **Протеини** пружају колорије, синтетизује ново ткиво током раста и замењује истрошене ћелије. Протеини такође стварају хормоне, ензиме и антитела која су потребна за извођење бројних процеса у организам и за одржавање имунитета према болести.
- **Угљени хидрати** подразумевају шећере, скроб, и влакна су најважнији извор енергије за организам, а посебно за нервни систем. Дијетална влакна, која су углавном не сварљиви угљени хидрати помажу при регулисању покрета хране кроз тракт за варење.
- **Маси** су веома сконцентрисан извор енергије, што пружа више од два пута калорија него иста количина протеина или угљених хидрата.
- **Витамини** су хемијска једињења која су укључена у разне метаболичке реакције у организму. Подељене су две групе:
 - Витамини растворљиви у масти А, Д, Е и К
 - Витамини растворљиви у води Б и Ц, и др.

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ

- *Минерали* су кристализована хемијска једињења која чине око 4% наше телесне масе. Као витамини они врше различите функције.
- Калцијум, фосфор, натријум, калијум, магнезијум, сумпор и хлор се сматрају макро састојцима због тога што су присутни у телу у релативно високим количинама.
- Микро састојци или мала количина минерала су тако названи због екстремно малих количина нађених у телу. Ови микро састојци су гвожђе, цинк, селен, манган, бакар, јод и флуор. Све заједно постоје 22 минерала за које се зна да су неопходни за организам.

ПЛАНИРАЊЕ МЕНИЈА И НУТРИТИВНОСТИ

- *Вода* се често схвата здраво за готово, а уствари је један од најважнијих виталних састојака. Док једна особа може да издржи недељу па чак и неколико месеци без других есенцијалних састојака, комплетна дехидрација би изазвала смрт за пар дана.
- Вода разлаже и транспортује састојке кроз цело тело. Такође, регулише температуру тела, подмазује зглобове, учествује у хемијским реакцијама и помаже ћелијама да задрже свој облик.



ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ

- Велика пажња мора да се обрати на припремање хране. Јело које пружа многе есенцијелне састојке, такође може да буде богато мастима, натријумом и шећером, у зависности од тога како је храна припремљена.
- **Обична или кућна дијета** - Пацијент на обичној или на кућној дијети се не суочава са никаквим рестиркцијама и може слободно да бира ставке које се налазе на менију. Нудећи разноврсну храну из пет група помаже да се осигура да ће пацијент примити адекватну количину хранљивих састојака.
- **Течна дијета** - Само течна дијета се обично користи у случајевима где су пацијенти управо оперисани и код припремања пацијента за операцију утробе или прегледа, као и код ситуације када дође до узнемиравања функције варења.





ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ

- **Механичка, нежна дијета.** Механичка, нежна дијета која је ниска са садржајем натријума се препоручује особама са срчаним проблемима, проблемима са јетром и желудцем и код регулисања високог крвног притиска. Јачина рестрикције може да варира од дијете где се не додаје со која елиминише веома слану храну, која је екстремно рестриktivна и захтева коришћење специјалне хране са ниском количином натријума.
- **Дијабетичарска дијета.** Дијабетичарска дијета је неопходна када особа нема довољно инсулина и ниво шећера у крви постане превисок. Ова дијета забрањује коришћења шећера, масти и холестерола и охрабрује висок унос угљених хидрата. План дијете се обично састоји од три оброка и две ужине сваког дана.



ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ

- **Кардио дијета.** Разлог кардио дијете је да се смањи ниво холестерола и масноће у крви. Уопштено, холестерол и укупна количина масти трба да се смањи овом дијетом.
- Пропорција незасићених масти се повећава. У неким случајевима, натријум, шећер и алкохол се може забранити.
- Храна која се треба избећи у овој дијети је жуманце јајета, масна меса, већина сирева, пуномасно млеко и његови производи, пржена храна и пуномасни слаткиши као што су колачи и торте.



КОМЕРЦИЈАЛНО УСЛУЖИВАЊЕ ХРАНЕ

- Профитабилно је за једну комерцијалну операцију да нуди хранљиве ставке на менију зато што многи гости сада захтевају јела која имају мање холестерола, масти, калорија и натријума.
- Здрава кухиња, односно нова кухиња је она храна са мање уља, соли и шећера и нуди муштерији укусан оброк који је и ниско калоричан и здравији. Други ресторани, од скупих и ексклузивних до операција брзе хране су пратили потражњу и сада више није необично наћи избор хранљивих избалансираних јела на ресторанском менију.



НУТРИТИВНЕ ТВРДЊЕ

- Ресторанска храна је уопштено изостављена из хранљивих захтева, нутритивне тврдње. **Нутритивна тврдња** је реч или фраза која се користи да се опише ниво састојака у одређеној храни у јелу.
- Постоје три типа тврдње. Ако начините једну од ових типова тврдњи у рекламирању или промоционим материјалима у менију, ставка мора да има дефинисаност од стране надлежних органа који су задужени за нутритивне анализе.



АПСОЛУТНЕ ТВРДЊЕ

- **Апсолутна тврдња** је извештај који садржи тачну количину или одприлике количину састојака у храни. Примери апсолутне тврдње су „немасна“ и „ниско калорична“.
- Дефиниција ових термина се не захтева да буде написана у менију или у промоционом материјалу, али ако јесте, храна мора да има одређен критеријум.



РЕЛАТИВНЕ ИЛИ КОМПАРАТИВНЕ ТВРДЊЕ

- **Релативна или компаративна тврдња** је извештај који упоређује количину састојака у храни са количином састојака у препорученој храни. Тврдње као што су „благо, редуцирано и мање“ су примери релативних тврдњи.
- **Имплицитна тврдња** је извештај који треба да прикаже да ли је састојак присутан или одсутан у храни. „Присуство влакана“ наглашава да у храни има велике количине влакана, што значи да храна мора да испуни критеријум тврдње „велика количина влакана“.



САДРЖАЈ НУТРИТИВНЕ ТВРДЊЕ

- Све нутритивне тврдње су базиране на препоручену количину хране.
- Препоручена количина је стандардизована величина послужења која се мора користити за нутритивну тврдњу, као и за здравствену тврдњу.



МЕНИ ЗА ДОРУЧАК

- **Тип менија.** Већина менија за доручак садрже и a la carte. Делови a la carte нуде сокове, воћа, житарице, јаја, меса, пекарске производе и понека пића.
- Једноставни доручак, континентални, швајцарски, енглески и енглески комплетни доручак.
- **Доступност хране.** Храна за мени доручка се обично може купити од локалних добављача. Ставке треба да су скинуте са менија ако се не могу лако наћи на тржишту или ако се не продају.
- Ставке на менију за доручак треба да су доступне током времена трајања оброка.



МЕНИ ЗА ДОРУЧАК

- **Опрема.** Када се планира мени за доручак, морате обратити пажњу на куповину и постављање опреме. Опрема треба да се постави на логички и компактно место да би помогла радницима код правилног припремања и сервирања хране. Већина примедби која долази на рачун доручка је то што је храна сервирана топла а треба да буде сервирана врела.
- **Спретност и вештина.** Особље које ради у сали мора да је упознато са начином припремања ставки јер се од њега очекује да понекад спреми нешто пред гостом.



МЕНИ ЗА ДОРУЧАК

- **Пословни гости.** Гости могу бити туристи, пословни људи и брачни парови. Гости које долазе на доручак се обично журе због тога што иду на посао или се са посла враћају из треће смене. Такви гости могу бити нервозни а доручак је први утисак о угоститељском објекту.
- **Тип услуге.** Услуга за време доручка у већини случајева зависи од организације ресторана. Најчешће запослени прима поруџбину и доноси је за сто. Сто се потом чисти и поставља од стране запосленог у сали. Други начин понуде је путем бифе стола што пружа госту могућност да се сам услужује или уз помоћ услужног особља.



МЕНИ ЗА РУЧАК

- Специјалитети су обично презентовани на следећи начин:
- На табли на улазу у ресторан
- Унутар менија као додатак
- Вербално од стране услужног особља



МЕНИ ЗА РУЧАК

- **Доступност хране.** Снабдевање хране за мени ручка се може спровести од локалних добављача или великих мегамаркета.
- **Опрема.** Одређеност опреме зависиће од понуде која се даје у менију.



МЕНИ ЗА РУЧАК

- **Доступност хране.** Снабдевање хране за мени ручка се може спровести од локалних добављача или великих мегамаркета. Ако се тешко добија нека намирница, али је популарна, онда она треба да се понуди као специјалитет када је има.
- **Опрема.** Печене, роштиљане, динстане, куване, пржене, гриловане, поширане, сотиране, димљене и куване на пари ставке са мени ручка могу захтевати високу опремљеност опреме. Одређеност опреме зависиће од понуде која се даје у менију.



МЕНИ ЗА РУЧАК

- Ниво цена
- Атмосфера
- Типови гостију
- Спретност и вештина (професионалне куваре и услужно особље)



МЕНИ ЗА ВЕЧЕРУ

- **Тип менија.** Вечерњи мени је обично комбинација a la carte и полу a la carte ставки. Вечерњи мени има више предјела и главних јела од мени ручка. Вечерњи мени је најчешће најскупљи тип менија.
- Доступност хране
- Опрема
- Ниво цена
- Атмосфера
- Спретност и вештина
- Типови гостију



МЕНИ ЗА СПЕЦИЈАЛНЕ ПРИЛИКЕ

- Тип менија (свадбе, рођендани итд.)
- Доступност хране
- Опрема
- Ниво цене
- Спретност и вештина (особље)
- Типови муштерија



ИНСТИТУЦИОНАЛНИ МЕНИЈИ

- Тип менија (свадбе, рођендани итд.)
- Доступност хране
- Опрема
- Ниво цене
- Спретност и вештина (особље)
- Типови муштерија



МЕНИ ЗА *ROOM SERVICE*

- Тип менија (свадбе, рођендани итд.)
- Доступност хране
- Опрема
- Ниво цене
- Спретност и вештина (особље)
- Типови муштерија

План вежби

1. Састављање и практична израда менија
2. Принципи састављања и практична израда менија
3. Фактори цена менија
4. Контрола цена код планирања менија и избор животних намирница
5. Одређивање цене менија
6. Нормативи и калкулације
7. Предлог пића уз практично припремљен мени
8. Компјутерска обрада и припрема менија
9. Дизајн менија и других средстава понуде у индустрији хране и сервису
10. Планирање и практична припрема дневних оброка
11. Планирање и практична припреме менија за свечане оброке
12. Планирање и практична припрема менија