



При поддержке
Федерации
рестораторов
и отельеров России

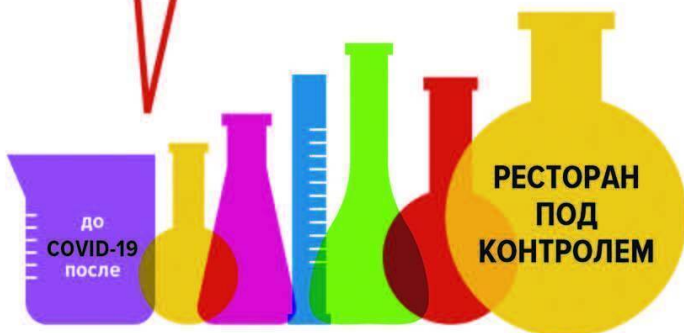


Информационный
проект
Ресторанные
ВЕДОМОСТИ

Константин Кривошонок

УПРАВЛЕНИЕ ГИГИЕНОЙ РЕСТОРАНА

САНИТАРНЫЙ
АКСИМУМ



ТОМ 1

Константин Кривошонок Управление гигиеной ресторана. Санитарный максимум. Том 1. Ресторан под контролем

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=62995038

*Управление гигиеной ресторана. Санитарный максимум. Т. 1. Ресторан
под контролем / Константин Кривошонок: Ресторанные ведомости;*

Москва; 2021

ISBN 978-5-6044967-0-1

Аннотация

Это уникальный справочник по гигиеническим вопросам и санитарному менеджменту, с изучения которого начинается путь в профессии любого предпринимателя или наемного сотрудника в сфере гостеприимства. Книга построена по принципу «вопрос-ответ», что существенно упрощает изучение различных аспектов санитарного менеджмента.

Это первое издание за последние 60 лет, в котором вы найдете современный перечень вопросов обязательного санитарного минимума и ответы на них: «Что такое гигиена и санитарный минимум?», «Что первично – качество или безопасность

пищевой продукции?», «Зачем микробы образуют биопленки?», «Как правильно делать дезинфекцию»? «Как обнаружить фальшивую личную медицинскую книжку?», «Почему портятся продукты?», «Что такое санитарный треугольник?» и многие другие.

В книге много отсылок как к историческим фактам, так и действующим правилам и нормам. В ней также приведены реальные кейсы и случаи из профессиональной деятельности ее автора – Константина Кривошонка, главного санитарного врача Федерации рестораторов и отельеров России (ФРИО).

В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

Содержание

От автора	6
Вместо введения	11
Историческое отступление	32
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Константин Кривошонок
Управление гигиеной
ресторана. Санитарный
максимум. Т. 1.
Ресторан под контролем

От автора



Константин КРИВОШОНОК,

главный санитарный врач Федерации рестораторов и отельеров России (ФРИО), руководитель управления санитарного надзора ФРиО, преподаватель высшей школы. С 2018 года руководитель направления организации питания дошкольников и школьников в частных общеобразовательных учреждениях Москвы и Санкт-Петербурга

Аутсайдеры – победители или проигравшие?

Обратимся к вопросу *целесообразности* соблюдения санитарных правил.

Социальные группы, существующие в современном обществе, постоянно формируют некие правила, которые, в определенных условиях и обстоятельствах, призывают соблюдать всех причастных к этой группе или сообществу. Правила существования в социуме всегда были, есть и будут, вопрос лишь в том, какие способы *принуждения* к их соблюдению используются.

В исследованиях по социологии девиантного поведения¹ Говард Беккер говорит о том, что социальные правила

¹ Девиантное поведение (также социальная девиация, отклоняющееся поведение) (лат. *deviation* – отклонение) – это устойчивое поведение личности, отклоняющееся от общепринятых, наиболее распространенных и устоявшихся общественных норм.

определяют ситуации и типы соответствующего им поведения, одни действия определяя как «правильные», а другие запрещая как «неправильные». Например, «в случае принуждения к соблюдению правила тот, кто предположительно его нарушил, может оказаться человеком особого рода – лицом, не вызывающим доверия в силу неспособности жить по правилам, принятым в группе. Его считают *аутсайдером*. Однако человек, на которого таким образом клеится ярлык аутсайдера, может мыслить иначе и не признавать правило, применение которого к нему стало основанием для подобного суждения. И не считать тех, кто дает такую оценку, компетентными или имеющими легитимное право ее выносить. Следовательно, сам нарушитель, в свою очередь, может считать *аутсайдерами* тех, кто его осуждает²».

Некоторые из правил могут быть формально закреплены законом, и в этом случае «для принуждения к их соблюдению могут привлекаться государственные органы правопорядка», в нашем случае такую функцию выполняет контрольно-надзорный орган – Роспотребнадзор. Бывают еще неформальные правила или договоренности внутри группы, достигнутые или подкрепленные временем и традициями, а принуждение к соблюдению этих правил происходит путем применения различного рода санкций.

² Howard S.Becker, *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance* (New York: Free Press, 1991), перевод с английского Наиля Фархатдинова, под общей редакцией Андрея Корбута; Издательство «Элементарные формы», Москва, 2018, стр. 21–38.

Санитарные правила для организаций общественного питания – это исторически формализованные тезисы из области *как делать еду* (работать, готовить), *чтобы* не было пищевых заболеваний у населения. Результатом такой деятельности, а, точнее сказать, ее успехом, с точки зрения законов пищевой безопасности, является отсутствие случаев регистрации пищевых заболеваний (отравлений) и (или) случаев массовых вспышек отравлений у двух и более потребителей услуги питания вне дома. Такая статистика ведется Роспотребнадзором и ежегодно публикуется на официальном сайте контролирующего органа. Можно предположить, что вся сфера питания вне дома является невероятно рискованной, а значит надзор за теми, кто готовит еду, должен быть тотальным, как на атомной станции. Так ли это? Спорно. Не стоит забывать, что даже среди ответственных работников и организаций встречаются весьма безответственные персонажи, которые портят всю положительную статистику и нарушают установленные правила.

Правила не поспевают за современными тенденциями и часто мешают развитию бизнеса. Также неочевиден уровень экспертности лиц, их утверждающих, и, самое главное, наличие у них успешного практического предпринимательского опыта. Их неспособность «быть ближе к бизнесу и понимать его потребности» мешает развитию несырьевого сектора экономики. В отношениях «предприниматель-надзорный орган», аутсайдером может быть как Роспотребнадзор, ссы-

лающийся на устаревшие санитарные нормы, так и сам ресторатор, не соблюдающий «старые/новые санитарные правила» при оказании услуг общественного питания для населения.

Эта книга составлена как санитарный справочник и построена по принципу «вопрос-ответ», что существенно упрощает изучение различных профессиональных аспектов санитарного менеджмента. В книге много отсылок как к историческим фактам, так и к действующим правилам и нормам, новинкам и нюансам пищевой безопасности. В ней приведены реальные кейсы и случаи из моей профессиональной деятельности. Ее целью и задачей является рассказать вам как минимум то, что действительно является важным и актуальным в вопросах безопасности и качества питания, а как максимум – помочь вам стать профессионалами в своем деле. Не имеет значения, будут ли эти идеи формализованы в *новых санитарных правилах*, их просто следует знать и выполнять каждому для профилактики пищевых заболеваний, кухонных инфекций в ресторане, *чтобы не быть аутсайдером* в своей бизнес-среде.

Вместо введения

Контрольная закупка в действии. Сценарий спектакля о том, как «лжепокупатель» выбирает ресторан для проведения внеплановой проверки

Контрольная закупка – это мероприятие по проверке деятельности предпринимателей или юридических лиц, открывших ресторан, кафе, закусочную, бар, столовую, магазин у дома и т. д.; порядок проведения такой процедуры очевиден из ее названия.

Контрольные закупки осуществлялись и ранее, но с недавнего времени стали более организованным и спланированным событием, проходящим под знаменем защиты прав потребителей различных товаров и услуг. В 2018 году были внесены существенные изменения в перечень законов, касающихся предпринимательской деятельности, по которым Роспотребнадзор получил дополнительные права и полномочия по проверке деятельности ресторанов, кафе и магазинов.

Чтобы выбрать «ресторан-жертву» для проведения контрольной закупки, достаточно жалобы от потребителя, не рассмотренной руководством ресторана в соответствии с Федеральным законом «О защите прав потребителей» в течение 30 дней. На ресторан могут пожаловаться жильцы дома, в котором находится заведение общепита, возмущен-

ные «ухудшением условий проживания в многоквартирном доме». Можно просто попасть в мониторинговую проверку качества и безопасности питания, например, для выявления фальсифицированной продукции, реализуемой потребителю. Основанием может стать и невыдача кассового чека, и отказ в возврате бракованной (испорченной) продукции, и неправильная маркировка блюд. Придумать обоснование для проведения контрольной закупки не представляет труда.

Рассмотрим ситуацию на примере истории, в которой все совпадения, конечно, случайны.

В центральном районе города М. есть туристический и рекреационный кластер для пеших прогулок, катания на велосипедах, отдыха на лужайках и любования прудом. В этом районе что ни дом, то памятник архитектуры или знаковое место – «В этом доме жил...», «Здесь снимали кино...», «Тут любил бывать...» и т. д. Жить в этом районе сегодня престижно, квартиры стоят дорого, а все первые этажи в основном заняты бутиками, лавками с привлекательными витринами, ресторанами, кафе и барами. Одним словом, не район, а мечта.

Взять в аренду помещение для открытия ресторана трудно, но возможно, были бы деньги. Исключим из повествования вопрос организации открытия, остановимся на статистике, которая говорит о том, что в городе М. при открытии одного нового ресторана закрывается два старых, и этот

процесс носит постоянный характер на протяжении последних лет. Закрываются, в том числе, и после проведения контрольных закупок. Рестораны, кафе, бары и закусочные размещаются стройным рядом друг за другом, формируя так называемую «ресторанную улицу города». Горожане радуются разнообразию и доступности общепита, жители же района, напротив, негодуют: шумно, громко, стены в квартирах вибрируют, форточку не открыть, так как воздух уже не тот, и вдобавок гости и работники общепита курят под окнами, а запахи с кухонь по старым перекрытиям и вентиляционным каналам пробираются в жилые квартиры. Летом летают мухи, тараканы по стенам ползают, крысы на мусорной площадке питаются остатками несъеденных продуктов и т. д. От жалоб жителей в администрации района разрывается телефон, так что чиновники просто вынуждены совершить рейд по всем без исключения заведениям, дабы закрыть точки безответственных и непорядочных рестораторов, вернуть в район тишь и благодать. Исторический район – на благо жителей, а не туристов. Так начинается обычный рейд в одном из районов города М.

Чтобы выбрать «жертву», проверяющему достаточно пройти по знаменитой ресторанной улице города М. и заглянуть в окна заведений: если есть народ, значит, бизнес преуспевает, нет гостей – нечего и заходить, неинтересно. И вот наш лже-покупатель, он же проверяющий, начинает открывать двери и заглядывать в многолюдные заведения «исключо-

чительно из любопытства, буквально на минуточку, просто посмотреть, и «возможно» заказать столик на вечер». Но любопытство это не случайно. Дело в том, что двери открываются везде по-разному: где-то легко и без усилия (так должно быть), а где-то придется сильно потянуть ее на себя или же толкнуть так, чтобы удержаться и не вкатиться кубарем внутрь обеденного зала. Если открытие двери требует больших усилий, проверяющий делает первый вывод: в помещении нарушена кратность воздухообмена, то есть система вентиляции спроектирована некорректно, в результате чего создается разница давления, и дверь «присасывается» к дверной коробке. Такие объекты очень легко определить по второму косвенному признаку – стойкому запаху еды в обеденном зале, в таком ресторане воздух влажный или «тяжелый», дышать некомфортно.

В правильно построенном ресторане с открытой кухней никогда не будет неприятных запахов еды, если на этапе строительства вентиляция спроектирована в виде трех раздельных каналов:

1. производственные помещения кухни,
2. обеденный зал,
3. санитарные комнаты.

Таким образом, «жертва» для последующей контрольной закупки определяется по сложности открытия двери и наличию запахов в обеденном зале. Если руководитель ресто-

рана успешно пройдет контрольную закупку, его в будущем можно будет привлечь к ответственности за несоблюдение требований к проектированию системы вентиляции, нарушение параметров микроклимата (температура, влажность и скорость движения воздуха) в обеденном зале и на рабочих местах в кухне, отсутствие проектной документации и (или) акта измерения эффективности кратности воздухообмена, подтверждающего, какой объем воздуха всасывается с улицы и какой объем отработанного воздуха выбрасывается обратно. Формула «чтобы в ресторане и на кухне не пахло едой» проста. Вытяжка из зала ресторана должна быть меньше, чем приток. Вытяжка из кухни должна быть как минимум в 2 раза больше, чем приток.

Итак, «жертва» выбрана, и около 16:35 проверяющий приходит в ресторан (рабочий день еще не закончился). Его встречает милая хостес и помогает выбрать свободный столик, который сервирован столовой посудой и приборами, на нем стоит комплиментарная бутылка с питьевой водой и лежит бумажное меню. Принимает заказ и обслуживает нашего проверяющего «гостецентричный» официант. Кухня работает как часы, и через двадцать минут на стол подаются в порядке очереди суп, горячее, десерт и чайник чая. Но наш гость не притрагивается к еде, так как постоянно что-то записывает в блокнот и фотографирует принесенные ему блюда. Официант уточняет: все ли хорошо с блюдами, или гость ждет кого-то? На что получает ответ: «Я не могу это есть,

потому что у меня аллергия, о которой я должен был вас уведомить, но вы забыли меня об этом спросить до того, как принять заказ!». Причем здесь аллергия, подумаете вы?

Оказывается, меню ресторана на самом-то деле вовсе не меню, а рекламная брошюра, оформленная не по закону «О защите прав потребителей», а по видению маркетологов и шеф-поваров. В этой брошюре есть несколько сносок мелким шрифтом в углу: «В случае, если у вас пищевая аллергия, сообщите, пожалуйста, об этом официанту», «Полный состав, выход блюд и информацию о пищевой и энергетической ценности вы можете уточнить у менеджера (информация размещена в уголке потребителя)», «Данный материал является рекламной брошюрой». Примерно так это выглядит сегодня в большинстве ресторанов города М.

Наш проверяющий спрашивает у официанта, может ли тот назвать, в каких из принесенных блюд присутствуют пищевые аллергены, и просит перечислить их. К сожалению, официант не знает ответа на этот вопрос и просит помощи у менеджера, менеджер в помощь зовет шеф-повара, а тот, в свою очередь, выносит папку с технологическими картами и подключает к решению вопроса управляющего. Возможно, вы привыкли видеть на упаковках продуктов в магазинах информацию «содержит пищевые аллергены и их следы», а чем отличается ресторан от полки магазина у дома? Обязанность информировать о четырнадцати видах аллергенов лежит на всех производителях (изготовителях) пищевой про-

дукции без исключения. Значит, если официант не проинформировал о наличии аллергенов в блюде, то ресторан ввел в заблуждение потребителя, и тем самым совершил обман или *информационную фальсификацию блюда*.

Спектакль под названием «контрольная закупка» продолжается. Возмущенный незнанием видов аллергенов проверяющий требует вынести правильно оформленное меню, в котором должны быть указаны: 1) наименование блюда, 2) состав блюда, 3) выход (вес) блюда, 4) цена в рублях за порцию и (или) вес блюда, 5) информация о КБЖУ (калорийности, количестве белков, жиров и углеводов), 6) информация о наличии пищевых аллергенов. В дополнение к этому перечню проверяющий требует вынести весы для контрольного взвешивания.

Весы для контрольного взвешивания – это точный измерительный прибор, имеющий паспорт и сведения о поверке оборудования, иными словами пломбу, чип, голограмму или штамп о том, что метрическая величина в 1 грамм соответствует фактически 1 грамму меры измерения. Весы следует поверять один раз в год. Отсутствие документов, подтверждающих своевременность проверки оборудования, может трактоваться как *количественная фальсификация* и обман потребителей.

С помощью весов для контрольного взвешивания проверяющий начал измерять фактический вес принесенных блюд: предварительно «отарив» вес посуды, проверил соот-

ветствие фактического общего выхода блюд заявленному в меню ресторана. В нашем случае оказалось, что отклонения по весу были выявлены во всех блюдах. Уменьшение веса более чем на 3 % от заявленного – это обвес и обман потребителей.

Но весь фокус этого действия состоит в том, чтобы зафиксировать факт информационной фальсификации. Приведу пример: на фото в меню в тарелке с салатом «Цезарь с креветками» можно насчитать 7 креветок, а в тарелке проверяющего их оказалось лишь 5. В этом случае потребуется проанализировать технико-технологические карты и «разобрать» блюдо по составным ингредиентам, отделив дорогие от более дешевых. Часто бывает так, что общий вес блюда соответствует заявленному в меню, но при разделении его на ингредиенты, недовес по «креветкам» составляет 20–30 %! А это опять же обвес и обман потребителя. Встречаются еще такие виды фальсификации, как *качественная, ассортиментная, стоимостная и комплексная* (более подробно о видах фальсификации вы прочитаете во втором томе книги – *Прим. автора*).

Дважды возмущенный проверяющий просит вынести декларацию соответствия на ингредиенты, использованные при приготовлении всех заказанных им блюд: креветки, овощи, яйца, муку и т. д., и фотографирует их. Далее говорит, что аппетита и времени уже нет, просит запаковать всю еду с собой, посчитать и вынести фискальный чек, после чего рас-

считывается и напоследок делает запись в книге отзывов и предложений с требованием предоставить письменные разъяснения по установленным фактам фальсификации продукции – количественной, качественной, информационной – по адресу заявителя.



База реестра Росаккредитации

Вам может показаться, что это финальное действие всего спектакля, но это лишь начало, основание для выпуска распоряжения на проведение внеплановой проверки ресторана Роспотребнадзором. Декларации соответствия будут проверены по базе реестра Росаккредитации, упакованная еда будет сдана в испытательный лабораторный центр на микробиологический и физико-химический анализ, фискальный чек проверен в базе по ФЗ№-54 «онлайн кассовая техника». Вся эта информация позволит в будущем проверяющему зайти внутрь ресторана, то есть на кухню, и точно знать, что проверять и где смотреть.

В этом примерном учебном сценарии таким проверяющим может быть каждый из вас, обычный гость ресторана, подкованный в правовых вопросах сосед по дому, конкурент, знающий свои права, представитель общественной организации по защите прав потребителей, и, наконец, проверяющий Роспотребнадзора, маскирующийся под обывателя. Если в ходе контрольной закупки будет установлено существенное количество и качество нарушений, проверяющий может раскрыть инкогнито, предоставив удостоверение и приказ руководителя на проведение контрольной закупки. Факт наличия нарушений подтверждается как минимум двумя свидетелями, которыми могут стать гости ресторана или коллеги проверяющего, «случайно» оказавшиеся в ресторане. Допускается использование фото-и видеосъемки в ка-

честве подтверждения. По результатам контрольной закупки формируется акт, который передается на рассмотрение в контрольно-надзорный орган. Заключительное действие – наложение наказания, как правило, это штраф.

Таким образом, любая проверка ресторана начинается с входной двери и соблюдения простых правил:

1. размещение информации о предприятии (юридическое лицо, адрес, ИНН и ОГРН организации, режим работы и дополнительная контактная информация);

2. наличие уголка потребителей в доступном месте в виде папки «по требованию» (если вам не нравится эстетика типовых настенных стендов);

3. наличие правильно оформленного меню, дублирующего информацию с рекламной брошюры как минимум в точности названия блюд, их цен и выходов (в г. или мл);

4. наличие весов для контрольного взвешивания блюд (по требованию, можно принести из кухни);

5. наличие деклараций соответствия на ингредиенты (продукты), из которых готовятся блюда;

6. соблюдение требований ФЗ-№ 54 «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» и ФЗ-№ 52 «О защите прав потребителей»;

7. наличие актуального приказа на ассортиментный перечень и цены, утвержденного руководителем организации, когда название и цена в кассе соответствует названию и цене в

приказе на блюдо или напиток.

Справочник для специалиста

Методы контрольной закупки изменяются в зависимости от розничных трендов. Сегодня часть взаимоотношений «покупатель-продавец» перешла в онлайн-пространство, покупки делаются дистанционно или через приложения в телефоне. Поэтому Роспотребнадзор может провести контрольную закупку в интернет-магазине или заказать еду из ресторана через агрегатор доставки.

Что было раньше. Положение о контрольной закупке появилось в законе в 2017 году, однако такими полномочиями ранее была наделена только налоговая служба.

Какие нововведения появились в отношении контрольной закупки, проводимой в ресторанах?

- КЗ не является новой формой проверок, нововведения просто изменили порядок применения этого инструмента;

- КЗ может применяться в отношении как продукции, так и услуг;

- КЗ может осуществлять Роспотребнадзор;

- КЗ проводится по тем же основаниям, что и внеплановая проверка, плюс дополнительное основание – проверка соблюдения требований к маркировке

продукции по Техническому регламенту Таможенного союза ТР ТС 022/2011;

- КЗ не согласовывается с прокуратурой, что обеспечивает госорганам экономию времени;

- КЗ проводится единожды, иными словами, одна жалоба – одна контрольная закупка;

- Главный принцип КЗ – внезапность. Необходима она для того, чтобы предприниматель или юридическое лицо не успели подготовиться к проверке;

- КЗ может осуществляться в любое время и неограниченное количество раз. То есть ждать три года, как в случае с плановой проверкой, госорганы не будут. Проверка может быть назначена даже в отношении кофейни, которая открылась только вчера;

- Полный перечень оснований для проведения КЗ содержится в части 2 статьи 10 ФЗ № 294 «О правах юридического лица в рамках государственного надзора» от 26 декабря 2008 года (с изменениями и дополнениями).



Нормативные документы о правах юридического лица в рамках государственного надзора

Санитарные сказки о продуктах на кухне, или Почему закрываются рестораны?

Что нужно знать о яйцах птиц как пищевом продукте? Из

курса школьной биологии нам известно, что яйца домашних птиц – ценный продукт как по заключенным в них питательным веществам, так и по вкусовым качествам, легкой перевариваемости и усвояемости. Куриные яйца включены в потребительскую корзину и являются популярным продуктом.

Главная причина порчи яиц заключается в том, что в них проникают бактерии и плесени. Чтобы найти испорченное яйцо, нам потребуется прибор – овоскоп, который вы нередко можете видеть в продуктовых магазинах рядом с контрольными весами. Я не видел, чтобы покупатели пользовались овоскопом при покупке яиц в магазине у дома, но привычка открыть коробку и отобрать свежеснесенные яйца с целой и незагрязненной скорлупой наблюдается практически у каждого рядового потребителя.

А в вашем ресторане есть овоскоп? Прибор рекомендуется купить тем, чья концепция меню предполагает большой выбор блюд, приготовленных из куриного яйца, например, блюд из яиц на завтрак, кондитерских изделий с кремом, сдобной выпечки и других.

Хранить яйца нужно при близкой к нулю температуре, препятствующей размножению бактерий и плесени, не более 20 дней. Следует избегать резких колебаний температуры хранения, так как воздушный пузырь яйца («пуга»), сжимаясь и расширяясь от перепадов температур, способствует засасыванию через скорлупу микробов.

Смачивание скорлупы водой и высокая влажность возду-

ха на всех этапах (сбор, хранение, упаковка, перевозка, реализация) резко сокращает срок сохранности яиц. Мытые яйца хранятся меньше обычного (не более 7 дней), а при мытье в ресторане их рекомендуется использовать день в день.

Как правильно мыть куриные яйца в ресторане? Правильный ответ: лучше закупать мытые и обработанные куриные яйца. Правда, цена будет на 30–40 % выше, чем необработанных. Если предположить, что в вашем ресторане отсутствуют специально выделенные помещения для обработки куриного яйца, запомните простое правило – сначала яйца следует замочить в теплой воде с добавлением 2 % пищевой соды или другого разрешенного моющего средства, затем добавить хлорный реагент (или разрешенное для этих целей дезинфицирующее средство, например, в виде таблеток), далее ополоснуть в холодной проточной воде с использованием душирующего устройства и просушить. На весь процесс обработки куриного яйца требуется от 20 до 30 минут, так написано в инструкции. Хранить мытые яйца необходимо в холодильнике на отдельной полке, в специальных решетчатых кассетах, в контейнере с плотно закрывающейся крышкой при температуре не выше +6 °С. Запомните, в производственных помещениях не допускается хранение необработанных яиц. Интересно, что в домашних условиях, прежде чем положить куриные яйца в холодильник, мы никогда их не моем!

Несвежие яйца, яйца с нецелой («бой») или загрязненной

скорлупой, посторонними запахами («запашистые»), бывшие в инкубаторе («миражные»), с перемешанным белком и желтком («выливка»), с присохшим к скорлупе желтком («присушка»), а также яйцетек лучше не использовать для приготовления блюд, в том числе для приготовления кондитерского крема. Недостаточная термическая обработка продукта может стать причиной возникновения острой кишечной инфекции – сальмонеллеза. Особенностью острых кишечных инфекций является то, что они передаются различными путями от больного человека-бактерионосителя к здоровым.

Теперь, когда вы познакомились с особенностями работы с куриным яйцом, расскажу еще одну историю. Проводится внеплановая проверка столичного ресторана, который специализируется на завтраках, то есть в меню больше половины блюд – из яиц. Санитарный врач заходит в горячий цех и видит на нижней полке производственного стола большую миску, в которой лежат горкой куриные яйца. Задает вопрос повару: «Яйца мытые?» и получает в ответ утвердительное: «Да». Санитарный врач не привык верить словам, а потому достает лупу с фонариком, надевает перчатки и начинает проверку. На скорлупе он находит перья и птичий помет, то есть яйца не обработанные. Расстроился санитарный врач и вынес предупреждение повару, сказав, что придет в ресторан еще раз и проверит, как обрабатываются куриные яйца, а в помощь оставил инструкцию «Правила обработки

куриного яйца».

На следующий день санитарный врач вновь приходит на кухню ресторана, к нему тут же подбегает повар и докладывает, что все яйца вымыты строго по инструкции. Санитарный врач улыбается: «А как докажете?». Повар демонстрирует гладкую скорлупу без единого намека на помет или перья. «Если бы вы действовали по инструкции, то маркировочные надписи были бы нечеткие, а сейчас они на каждом яйце хорошо считываются. Придется провести проверку еще раз».

Спустя некоторое время санитарный врач вновь заходит на кухню, и повар рассказывает ему о недавно сделанном им открытии: оказывается, если мыть куриные яйца по инструкции с применением разрешенных моющих и дезинфицирующих средств, то маркировочные надписи смываются практически полностью. Санитарный врач улыбается и спрашивает: «А как в этом случае вы подтвердите, что яйца свежие, если маркировки нет?». Тут уже повар не растерялся и вспомнил школьный урок биологии. Достал прозрачную емкость, наполнил ее холодной водой и опустил в нее куриное яйцо. «Смотрите, – говорит повар. – Если яйцо свежее – оно тонет, было бы несвежее – то всплыло бы на поверхность». Суть эксперимента состоит в том, что в воздушный карман микробы продуцируют газы, следовательно, в несвежем куриной яйце будет жить больше микробов, и выделенный ими газ заставит яйцо всплыть на поверхность воды. Похвалил

санитарный врач повара и попросил приготовить ему омлет из трех яиц: СО, С1 и Д. А повара владельцы ресторана премировали: выполнив все предписания санитарного врача, он сэкономил для ресторана как минимум 50 000 рублей. Именно такой штраф налагается на точку общепита по ст.6.6. КоАП РФ «за нарушение правил оказания услуг общественного питания».

Напомню, что любые совпадения в этом рассказе – случайны.

Справочник для специалиста

К сведению. Яйца, в зависимости от сроков хранения, делят на: диетические – 7 дней, не считая дня снесения; столовые – 25 дней. По действующим российским стандартам маркировка должна быть на каждом яйце, произведенном на птицефабрике.

Что обозначает маркировка на яйцах?

Первый знак в маркировке означает допустимый срок хранения:

- Литера «Д» обозначает «диетическое», такие яйца реализуются в течение 7 дней и используются в дошкольном и школьном питании, а также для приготовления крема;

- Литера «С» обозначает «столовое», такое яйцо реализуется в течение 25 дней.

Второй знак в маркировке означает категорию яйца в зависимости от его веса:

- третья категория (3) – от 35 до 44,9 г;
- вторая категория (2) – от 45 до 54,9 г;
- первая категория (1) – от 55 до 64,9 г;
- отборное яйцо (О) – от 65 до 74,9 г;
- высшая категория (В) – 75 г и более.

Таким образом, маркировка «СВ» указывается на столовых яйцах высшей категории, а «Д1» – на диетических яйцах первой категории.

Как обращаться с куриным яйцом в ресторане?

● В производственных помещениях ресторана не допускается хранение необработанных яиц;

● Использование столового яйца (срок годности которого больше 7 суток) для приготовления яичницы-глазуньи не допускается;

● При выработке на предприятии большого количества кондитерских изделий с кремом, например, в пекарнях

и кондитерских, рекомендуется предусмотреть достаточную площадь или набор помещений для распаковки сырья, для мойки и дезинфекции яиц, для получения яичной массы, или закупать яйцо мытое и обработанное;

● Хранение яйца допускается при температуре не выше +6 °С.

На примере этого рассказа в завершении хочется напомнить вам, уважаемый читатель, что знать каждый продукт, с

которым вы работаете или который едите, следует «в лицо», так же, как и тонкости процесса его превращения из сырья в полуфабрикат, далее – в полуфабрикат высокой степени готовности и, наконец, в готовое кулинарное блюдо. На любом этапе приготовления блюда должна быть прослеживаемость пищевой цепи, как задокументированная, так и фактическая. Такая прослеживаемость не исключает необходимость знать о порядке утилизации нереализованной продукции и списания недоброкачественных продуктов или их переработки.

Историческое отступление

Прошлое: кто и как в России регулировал трактирное питание³

Трактирному питанию в России 6 февраля 2019 года исполнилось триста лет. В XVI веке, при Иване Грозном был издан «Домострой», в котором есть упоминания о требованиях к соблюдению чистоты жилищ и мытью посуды, а также о правилах гигиены. В допетровскую эпоху на Руси не было ни трактиров, ни ресторанов, ни гостиниц, так как насущной потребности в них не существовало. Первые подобные заведения стали появляться вместе с приездом в Россию иностранцев: активная реформаторская деятельность Петра Великого дала толчок к созданию как новых видов питейных заведений – «пивных лавок», предназначенных для продажи пива, сваренного по голландской технологии, – так и к появ-

³ Автор выражает благодарность исследователю Травер Полине Владимировне, доктору славистики, преподавателю русской истории и русского языка университета г. Гавр (Франция), вице-президенту русско-французской ассоциации «Диалог-28» за возможность частичного использования материалов. Полные материалы исследований опубликованы в журнале «История и современность». Выпуск № 1 (17)/2013 «История и образ кабака и трактира в русской культуре. ч.1. Об истории кабака на Руси и трактира в России» Выпуск № 2 (18)/2013 «История и образ кабака и трактира в русской культуре. ч.2. О русском пьянстве: предрассудки, грустная действительность или глубокая традиция» **Статья «История и образ кабака и трактира в русской культуре», журнал «История и современность», выпуск № 2, 2013**

лению первых трактиров.

Кооперативное питание «вне дома и за деньги» началось с первого указа Петра I «О позволении иноземцу Петру Милле» открыть на Васильевском острове в Санкт-Петербурге иностранное заведение под названием «трактир». Великий государь указал так: «Торговому иноземцу Петру Милле содержать вольный дом на Васильевском острове таким манером, как и в прочих окрестных государствах вольные дома учреждены, дабы в том доме иностранное купечество и здешние вольных чинов люди трактировать могли за свои деньги». Петр Милле «обязался Его Царскому Величеству на 20 саженьях построить каменный дом, в котором иметь ему невозбранно трактир с продажей всех питей и табаку» (ПСЗ 1830: № 3299).

Словарь Российской академии наук за 1789 год дает такое определение слову «трактир»: «это питейный дом, в котором в том числе за отдельную плату можно получить не только пищу, но и ночлег». Таким образом, трактиры исторически выполняли две функции: в старину это была гостиница с рестораном, а в дореволюционной России – ресторан низшего разряда или закусочная.

Слово «трактир» может происходить от голландского *trakteren* или немецкого *traktieren* («угощать»). Иногда его возводят к итальянскому *trattoria* («ресторанчик»), образованному от латинского *tractare*, что означает «привлекать»,

«трогать»⁴. Связывали этот термин и со словом «тракт», так как большинство подобных заведений располагались вдоль проезжих дорог – трактов.

Вход в трактиры, которые чаще всего содержались иностранцами, был запрещен для низших сословий. В середине XVIII века для таких клиентов стали открывать харчевни (от слова «харч», что означает «простая еда»⁵). Для более зажиточных горожан появилась и отдельная форма иноземной услуги – «ресторасьоны» или «ресторации» (первый ресторан открыт в 1805 году в Санкт-Петербурге. – *Прим. автора*), в них предлагались в основном блюда европейской кухни, в частности французской.

До 1750 года государство не регулировало деятельность трактирщиков. Первая попытка контроля со стороны власти была сделана 13 апреля 1750 года, когда вышел сенатский указ «О бытии в Санкт-Петербурге...», по которому были определены и классифицированы формы общественных заведений – их называли «гербергами», и просуществовали они вплоть до начала XX века. Статус «герберг № 1» присваивали первоклассным гостиницам с рестораном, а «герберг № 5» – кофейням.

⁴ Черных П. Я. Историко-этимологический словарь русского языка, М., 1999

⁵ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка, М., 1993

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.