

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
18 липня 2019 року № 88-Н

Форма № П-4.04.

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

**Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання
Форма навчання заочна
Кафедра технологій харчових виробництв і ресторанного
господарства**

Допускається до захисту
Завідувач кафедри _____ **Г.П. Хомич**
(підпис) (ініціали та прізвище)
« ____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ
на тему

**Спеціалізована закусочна на 66 місць у місті Бердичів
Житомирської області**

Спеціальність _____ **181 «Харчові технології»**
освітня програма _____ **«Харчові технології та інженерія»**
(шифр, назва)

ступеня бакалавр

Виконавець _____ **Голяченко Юлія Вікторівна**
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Керівник _____ **к.вет.н., доцент Бородай Анжела Борисівна**
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Рецензент _____ **Рогова Наталія Володимирівна**
(прізвище, ім'я, по батькові)

ПОЛТАВА 2021

РОЗДІЛ 1 ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ

1.1. Маркетингові дослідження

Маркетингове дослідження – повний та об’єктивний збір і аналіз інформації, пов’язаної з вирішенням маркетингової проблеми.

Про яку б сферу застосування маркетингової концепції не йшлося, які б рішення не належало прийняти, завжди необхідна інформація. Вона є основним знаряддям для керівника підприємства. За допомогою цього знаряддя здійснюється профілактика, тобто запобігання проблемам на підприємстві, або досягається їх успішне та правильне вирішення у випадку, коли вони вже з’явилися.

Асортимент товарів та послуг на ринку, включення посередницьких структур у ланцюг “виробник-споживач”, освоєння нових регіональних ринків, подальший розподіл праці, переорієнтація із задоволення запитів на задоволення потреб з цінових на нецінові методи конкурентної боротьби зробили інформаційне забезпечення вкрай необхідним.

В процесі маркетингового дослідження перш за все необхідно проаналізувати роботу даного підприємства і виявити слабкі сторони, характерні риси його діяльності, особливості продукції та послуг, які відрізняють його від інших.

Однією із особливостей продукції, яка виготовляється на даному підприємстві, є її якість. Страви готуються із якісної сировини, дотримуються всі терміни зберігання, при цьому вартість товару доступна більшості населення. Ще однією відмінною рисою є надання якісних послуг.

Другим етапом проведення маркетингових досліджень є ознайомлення з насиченням ринку конкурентами. Ступінь насичення ринку конкурентами наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

**Загальнодоступна мережа підприємств громадського харчування м.
Бердичів Житомирської області**

Тип підприємства	Потужність (кількість місць)	Години праці	Характеристика продукції та послуг
Ресторан “Княжий”	110	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Європейська і українська національна кухні. Обслуговування офіціантами, камін
Кафе «Флоріана»	50	9 ⁰⁰ -22 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Орхідея»	35	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Колізей»	30	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Пасаж плюс»	45	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Мрія»	40	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Пельменна»	50	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Філін»	60	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Ліана»	35	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Кафе «Парус»	40	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Європейська і українська національна кухні. Обслуговування офіціантами, камін
Кафе «Лавровий лист»	40	10 ⁰⁰ -24 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами

Тип підприємства	Потужність (кількість місць)	Години праці	Характеристика продукції та послуг
Кафе «Харчевня»	110	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Нічний клуб «Ромен»	50	12 ⁰⁰ -02 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами
Піцерія «Жар-піца»	40	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня, жива музика, телевізор
Кав'ярня «Бордо»	40	10 ⁰⁰ -23 ⁰⁰	Сучасна українська кухня. Обслуговування офіціантами

Із таблиці можна зробити наступні висновки, що загальнодоступна мережа підприємств харчування міста Бердичів доволі обширна. Дані заклади надають різноманітні послуги населенню: широкий асортимент страв, високий рівень обслуговування, приємний відпочинок, сучасний інтер'єр та багато іншого. Але існують деякі недоліки в роботі цих закладів: низька якість страв, високий рівень націнок, невелика площа залу. Враховуючи переваги і недоліки конкурентів, можна так спланувати роботу даного підприємства, щоб задовольнити потреби різних верств населення.

Маркетингове середовище – це сукупність факторів, які впливають на формування попиту. Розглядаючи та аналізуючи його, мають на увазі чинники, вплив яких на діяльність підприємства очевидний та достатньо високий (рис.1.).

Про яку б сферу застосування маркетингової концепції не йшлося, які б рішення не належало прийняти, завжди необхідна інформація. Вона є основним знаряддям для керівників підприємств. Таку інформацію можна отримати шляхом вивчення попиту на продукцію і послуги громадського харчування.

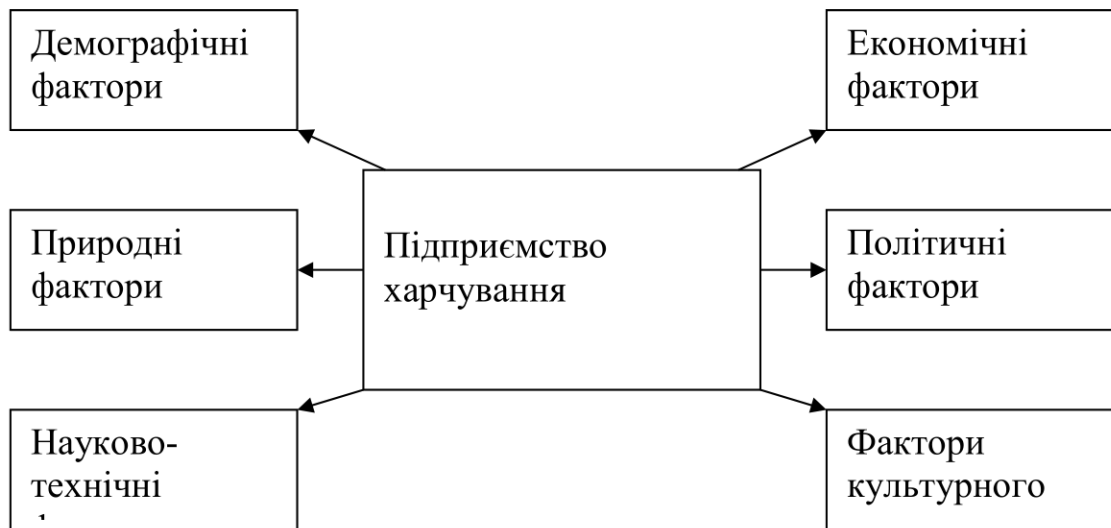


Рис. 1.1. Основні фактори макросередовища функціонування підприємства харчування.

Процес споживання їжі – індивідуалізований (у кожного споживача свої смаки, звички, потреба, переваги, мотиви відвідування). Тому попит в багато чому залежить від психологічних особливостей людей, якості продукції. На даному підприємстві страви готують із якісної сировини, при дотриманні всіх термінів зберігання, враховуючи вартість товару та доступ більшості населенню.

Асортимент продукції в ресторані розширено завдяки впровадженню новітніх рецептур, а їх якість і швидкість приготування за рахунок сучасного обладнання. Виготовлену продукцію із нетрадиційної сировини споживачу можна запропонувати через виставки з дегустацією страв, метою яких є оцінка якості нової продукції та відношення до неї споживачів.

На підставі проведеного аналізу розробляємо план маркетингу, який складається з таких розділів:

- в закладі будуть запропоновані для реалізації різноманітні страви і коктейлі, особливістю яких буде вишуканий смак, гарне оформлення;
- для закріплення на ринку споживачам необхідно запропонувати найкраще, а саме: відпочинок у залі з особливим інтер'єром та приємним

музичним супроводженням; кращі умови відпочинку, додаткові послуги (організація музичних програм, виклик таксі та інше);

- управління цінами з метою забезпечення доступності продукції і отримання прибутку, здійснюватимуться шляхом пошуку джерел дешевої сировини та за рахунок націнки на окремі види сировини і товари 60-70%;

- для залучення уваги споживачів використовувати основні напрямки рекламної діяльності (видання проспектів, вивіски, афіші, інтер'єр підприємства, асортимент продукції, якість страв, обслуговування).

1.2 Розроблення концепції закладу ресторанного господарства

Спеціалізовану закусочну доцільно побудувати у центрі міста, де вона буде користуватись більшими попитом, через зручність розташування поруч з міським будинком культури.

Дане підприємство буде одноповерхове та буде розміщено в окремій будівлі.

Підприємство розраховано на споживачів з середнім рівнем доходів, для харчування і відпочинку. Підприємство пропонуватиме піцци та салати, великій вибір пива та закусок до нього, а також других страв приготованих на грилі.

Дане підприємство проектується з метою надання послуг з харчування, організації відпочинку, а також можливості по вболівати за улюблені футбольні клуби під час проведення спортивних чемпіонатів.

З метою забезпечення відвідувачів якісною їжею асортимент продукції буде не широкий, але достатній для задоволення всіх потреб.

Крім того підприємство надаватиме додаткові послуги серед яких: піцца на винос, доставка гарячої піцци на замовлення.

1.3 Обґрунтування технічної можливості будівництва

Підприємство розташоване в центрі міста Бердичів Житомирської області. Рельєф даної місцевості рівнинний, архітектурний стиль навколишніх будівель нічим особливим не вирізняється, звичайні п'яти, дев'яти поверхові будинки. Ділянка під будівлею прийнятна для будівництва має достатньо місця і є всі необхідні інженерні комунікації (електричного, теплового, газового, водяного постачання, каналізації). В основному як технологічне паливо буде використовуватися електрична енергія, а також як резервне газовий енергоносіє. Навколо будівлі асфальтне покриття є зелені насадження у вигляді листкових дерев та декоративних клумб. Для транспорту відведене місце для стоянки та розвороту. Сама ж будівля цегляна з широкими вікнами. Переkritтя залізобетонні, підлога буде викладена плитами. В середині будівлі міжцехові перегородки виконані з цегли, тому при реконструкції можливі перебудови цехів та інших приміщень.

1.4 Визначення джерел постачання

Підприємство працює на сировині, але деякі види продуктів поступають у вигляді напівфабрикатів (гастрономічні вироби, консерви, кисломолочні продукти та інші). Визначені джерела постачання основних груп продуктів. Результати зведені в таблицю 1.2.

Таблиця 1.2

Джерела постачання сировини і продуктів

№	Група товарів	Джерело постачання	Періодичність завантаження	Відстань, км
1	Вино-горільчані вироби	Оптова база «ПП Рибокінь»	Раз у тиждень	80
3	Гастрономія	Склад-магазин №1	1 раз на 3 дні	10
4	Мясопродукти	Склад-магазин №1	1 у два дні	10
5	Кисломолочні продукти	Роменський молочний комбінат	Раз у 2 дні	50
6	Овочі	Оптова база «ПП Рибокінь»	Раз у тиждень	80
7	Консерви	Оптова база «ПП Рибокінь»	Раз у тиждень	80
8	Зелень	Центральний ринок	щодня	5

Функціональні обов'язки з постачання продукції та сировини покладаються на експедитора, що входить до штату підприємства. Він має освіту товаровознавця та стаж роботи більше п'яти років. В разі необхідності є причеп для перевезення вантажу до 500 кг. Така організація постачання є вигідною для підприємства не потребує амортизаційних та інших затрат.

Висновок до розділу 1

В розділі було проведені маркетингові дослідження, розроблено концепцію закладу, визначені джерела постачання продовольчої сировини. Визначено режим роботи закладу.

2.2 Розширення асортименту піци для закладів ресторанного господарства

Піца сьогодні - улюблена страва більшості населення. Важко сказати, якому народу належить честь винаходу цієї страви. Однак історія піци містить чимало інших цікавих фактів про походження цієї неповторної страви, які пов'язують її з іншими народами, країнами та епохами.

Обов'язковим атрибутом страви був тонкий корж з тіста, який акуратно змащували оливковою олією.

На підготовлену основу для піци викладали оливки, куряче м'ясо, овечий сир, часник, горіхи, перець.

Приправами служили м'ята і базилік.

Історія італійської піци наполягає на тому, що до виникнення страви причетні аж ніяк не аристократи. Таку їжу готували прості люди, яким потрібно було ситно поїсти перед польовими роботами.

Піца плебеїв – більш просунута версія звичайного коржа з сиром. Наближений до сучасної страви варіант входив в пайки римських легіонерів, які, в свою чергу, позичили ідею у вавилонян і єгиптян. Історичні відомості говорять про те, що жителі стародавнього Єгипту в день народження фараона готували особливі коржики з травами – прообраз сучасної піци. А ось тонку основу з смаженого тіста придумали вже вавилоняни, які приправляли її оливками і називали «плакунтос».

Пізніше піцу стали готувати і для знаті. У книзі римського оратора Марка Апіція міститься опис цієї «страви богів», а також наводиться ряд рецептів. Навіть етимологія слова «піца» сягає корінням у часи стародавнього Риму. У перші століття нашої ери «рісеа» називали хлібний корж зі спеціями, приготований в печі.

Йшли роки. Традиції римської аристократичної піци залишилися в минулому, а сама оригінальна страва стала долею невеликих італійських закусочних для простого люду. Змінився і склад, піца почала набувати сучасних

рис. Незважаючи на те, що батьківщиною страви вважають Італію, далеко не всі її інгредієнти народилися на Апеннінському півострові.

Помідори. Без них неможливо собі уявити жодну піцу з ситною начинкою. Колись в Італії вони вважалися отруйними. Тільки в XVI столітті іспанські конкістадори завезли помідори з Перу і Мексики на європейський континент. Так вони потрапили в італійські піцерії.

Сир буйволиць. Його виготовляли кочові народи Азії ще в VII столітті. Однак італійські кулінари познайомилися з цим продуктом тільки в XVII столітті і охрестили його сиром моцарелла.

Незважаючи на те, що начинка піци родом з далеких країн, поява оригінального тіста пов'язана саме з Італією. Справа в тому, що основа повинна бути досить тонкою і хрусткою. Домогтися такого ефекту в давні часи вдавалося лише замішуючи тісто ногами. Саме тому тривалий час піца вважалася їжею простолюдинів, які були згодні на такі вольності. Ручний спосіб замісу був освоєний тільки в XVIII столітті.

Американська піца – нова сторінка в історії страви. Відомо, що першою ідею приготування піци підхопила Америка. Це сталося ще в XIX столітті, а в роки Другої світової війни американці випробували службу доставки. Крім того, кулінари з Нового Світу зуміли створити свої рецепти, які нині гордо представляються під маркою американської піци.

Піца – страва всіх країн і континентів. Складно собі уявити хоча б одну державу у світі, куди б не добрався соковитий італійський пиріг з найрізноманітнішими начинками. У XIX-XX століттях піца охопила Європу, Латинську Америку і країни Азії. Що стосується України, то в ній історія створення піци почалася тільки в 90-і роки минулого століття. Страва швидко прижилася в кафе і ресторанах, оскільки:

її можна готувати з використанням найрізноманітніших начинок;

сам процес приготування не вимагає наявності певного обладнання (хоча справжню італійську піцу роблять в спеціальних дров'яних печах);

Поява в меню вітчизняних кафе і мереж швидкого харчування оригінальної страви сприяла її швидкій популяризації як смачної, недорогої і екзотичної страви. Трохи пізніше вишукані варіанти піци стали пропонувати своїм клієнтам елітні ресторани.

Піца прожила воістину багатовікову історію, ввібрала в себе кращі традиції кулінарів багатьох епох і народів. У ній переплелися відгомони філософських уявлень про трапезу, завойовницьких походів, релігійних обрядів.

Долаючи мовні бар'єри і культурні відмінності, піца стала першим дійсно всесвітньо поширеним продуктом харчування. В Індії в неї люблять додавати маринований імбир, фарш із баранини і соєвий сир. В Японії обожнюють піцу з уграми і кальмарами, в Пакистані – з гострим каррі. Костариканці надають перевагу піці з кокосами, а бразильці з зеленим горошком. Гурманам піцу подають з кульбабою, устрицями, річними раками та ікрою.

В Італії піцерії перевіряються спеціальними владними інспекторами, які слідкують за достовірністю неаполітанської піци.

На протязі багатьох років піца змінювалась і набувала різних форм. В наші дні існує велика кількість способів приготування тіста для піци, рецептів з застосуванням різної кількості і сорту сиру, а також різних комбінацій начинок.

І звичайно, що всьому світу відомі такі назви піци, як “Неаполетана” з помідорами, анчоусами, маслинами та сиром моцарелла; “Маргарита” – має колір національного прапора: червоні томати, білий сир моцарелла, зелений базилік; закрита піца “Кальцоне”; піца “Чотири пори року” – ділиться на чотири частини, кожна з яких прикрашена різними інгредієнтами, частіше всього грибами, беконом, артишоками та оливками.

Зараз важко навіть уявити, що раніше піца була звичайним товстим шаром тіста з густим томатним соусом. На протязі десятиліть піца видозмінювалась, і зараз існує багато способів її приготування, яке розпочинається з виготовлення тіста.

Хоч в більшості рецептів піци використовують дріжджове тісто, котрому потрібне час щоб підійти, але її можна приготувати із прісного і листкового тіста, яке довше зберігається.

Для приготування піци використовують такі види тіста:

безопарне дріжджове тісто – готується на молоці або воді з додаванням розчинених дріжджів, солі, цукру, яєць, ароматичних добавок, просіяного борошна та замішується протягом 5-8 хвилин, щоб одержати однорідне, без грудочок, не дуже густе тісто та залишити на 2-2, 5 год для бродіння;

опарне дріжджове тісто – спочатку готується опара (тепла вода або молоко, дріжджі та половина борошна, яке потрібно для даного виду рецептури тіста), яка повинна бродити 3-3, 5 год. Потім додають інші продукти (яйця, сіль, цукор, ароматичні речовини, борошно), вимішують 5-8хв. та залишають для дозрівання;

прісне тісто на соді для піци – борошно просіяти разом з содою. Сметану, яйця, цукор та сіль перемішати до розчинення солі і цукру. Розм'якшене масло або маргарин збити в посудині дерев'яною лопаткою 5-8хв, поступово, додаючи суміш сметани і яєць, потім – борошно, швидко (на протязі 20-30секунд) замісити тісто;

листкове дріжджове тісто – приготувати безопарне дріжджове тісто. В миску вилити необхідну кількість теплого молока, додати розведені окремо в невеликій кількості молока або води дріжджі, яйця та сіль.

Смакові якості піци залежать від начинки. Рецепти страви достатньо сильно відрізняються між собою, наприклад, часто в них використовують сир, бекон, сосиски, сардельки, копченості, помідори, солодкий болгарський перець, невеликі кабачки, баклажани. Існують також рецепти піци з рибою, морепродуктами, грибами (шампінйони), цибулею, рецепти піци зі стручками молодої зеленої квасолі, свіжою морквою, рецепти з вареними яйцями, маслинами, оливками, майонезом, томатною пастою.

Для ароматизації використовують, як правило, майоран (в сухому виді – орегано) або провансальські трави, а також зелень кропу, петрушки, селери. В

кулінарії існує чимало способів для надання страві більш витонченого смаку. Всі ці способи знайшли своє відображення в різних рецептах піци, але нема необхідності точно слідувати класичним рецептам. Розраховуючи на свій смак і фантазію, можна винаходити різноманітні рецепти піци, придумуючи різні начинки, доповнюючи меню новими видами цієї страви.

Але фантазувати можна не тільки з начинкою але й з тістом, змінюючи його колір, смак, завдяки інгредієнтам, які, до речі, збільшують корисні властивості.

Характеристика та хімічний склад сировини, яку планується використовувати для збагачення даного виду продукції.

Останнім часом в Україні все більше популяризується такий цікавий овоч, як батат. І не даремно на нього звернули увагу. У батата в Україні чималі перспективи. Зокрема, у наших виробників чудові шанси розвинути експорт батату. Адже значну частку в собівартості займає ручна праця, а в нас вона дешевше, ніж в Європі. Розвиток переробки ще більше розширить ринок збуту. Калорійність батату в півтора рази вище, ніж у картоплі. Він містить крохмаль, білок, мінеральні солі, вуглеводи, багато різних вітамінів (групи В, РР, А), мінералів, органічних кислот (аскорбінова кислота, фолієва кислота), крохмалю і дисахаридів. Їх кількість і склад відрізняються в залежності від сорту, місця і умов, в яких рослина вирощувалося. Деякі сорти багаті на бета-каротин (набагато більше, ніж у моркві), вони відрізняються кольором м'якоті, найчастіше вона жовта або помаранчева. Інші ж сорти ті, що мають м'якоть фіолетового кольору, містять антоціани (антиоксиданти). Їх використовують у харчуванні з метою профілактики різних захворювань серця, судин, зору.

Батат, як продукт харчування, дуже корисний людям із захворюваннями серця і судинної системи. Вітамін В6, який у великих кількостях знаходиться в овочі, покращує еластичність стінок судин. А велика кількість іншого, не менш важливого вітаміну С допомагає організму довше залишатися молодим і

стимулює імунну систему. Всім, хто хоче знизити вагу, сміливо можна вживати батат, він багатий клітковиною, яка допомагає очистити стінки кишківника і тим самим сприяє прискоренню метаболізму і регуляції обмінних процесів. Ще він добре насичує організм на тривалий час, так як в його складі є складні (дуже потрібні і корисні) вуглеводи. Батат корисний людям, які хочуть оздоровити ШКТ. Калій, що є у складі плоду, добре впливає на всю нервову систему людини. У рослині міститься велика кількість вітаміну А, це знахідка для всіх, хто турбується про вікові зміни зору. Їм багаті сорти з м'якоттю яскраво-жовтого та помаранчевого кольору.

Батат, на відміну від картоплі, готується набагато швидше. Часто його навіть їдять сирим, просто так або як інгредієнт салату. Він навіть вважається дієтичним продуктом, тому його популярність тільки зростає. Він містить багато протеїнів, тому є важливим для харчування спортсменів.

Його можна відварювати, сушити, смажити, додавати до різних страв (супи, соуси, каші, десерти, запіканки, тісто, хліб, пюре). Часто як приправу до нього використовують цедру і сік цитрусових, перець і каррі.

Рослину можна використовувати повністю і без відходів. Навіть стебла і листочки, попередньо відваривши і вимочивши, можуть послужити одним з компонентів салату.

З дуже великих бульб (10 кг і більше), які незручно готувати, в процесі переробки отримують патоку, цукор, борошно або спирт.

Експериментальні дослідження. Розробка технології приготування піци

Продукт-аналог – це продукт, який за рецептурним складом, органолептичними та фізико-хімічними показниками, особливостями технологічного процесу максимально наближається до виробу, технологічний процес якого треба розширити. За аналог обрано рецептуру піци «Фокачча». При аналізі рецептурного складу продукту-аналога визначаємо основні та допоміжні компоненти за масою та функціональним призначенням (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз рецептурного складу продукту-аналога

Найменування продукту	Кількість, г		Масова частка в % до маси напівфабрикату	Функціональне призначення
	брутто	нетто		
Борошно пшеничне	165	165	47	Основна сировина
Олія оливкова	60	60	17	Основна сировина
Томати	25	25	7	Для начинки
Часник	5	5	1	Смакова добавка
Дріжджі	5	5	1	Основна сировина
Вода	100	100	28	Основна сировина
Сіль	1	1	1	Основна сировина
Маса напівфабрикату	350	350	100	

Провівши аналіз рецептурного складу продукту-аналога, можна зробити висновок, що в рецептурі маса води становить 28% від основної маси, це досить велика частка, щоб удосконалити продукт, тому було вирішено замінити її в рецептурі на сік батата помаранчевого сорту – каротиновмісного.

Для приготування основи на одну піцу, вихід якої 350 г, потрібно 300 г тіста, склад якого містить 28 % води, а у сировині з батата після теплової обробки зберігається 68-96% бета-каротину, то для збільшення корисності продукту, та його вдосконалення, дану масу було вирішено замінити соком з батата.

Таблиця 1.7

Тісто для піци «Фокачча з бататом»

Найменування сировини	Витрати сировини на 1 кг в г	
	Брутто	Нетто
Борошно пшеничне вищого або першого сортів	641	641
Олія оливкова	91	91

Найменування сировини	Витрати сировини на 1 кг в г	
	Брутто	Нетто
Сіль	10	10
Дріжджі (пресовані)	19	19
Сік з помаранчевого батата	258	258
Вихід		1000

Технологія приготування

Готують часникову олію – подрібнений, почищений часник, заливають оливковою олією, настоюють кілька годин. Батат чистять, отримують сік, механізованим способом. Борошно просіюють, додають сіль, дріжджі, сік з батату, оливкову олію. Замішують тісто, залишають на бродіння на 1 годину. Формують тісто, нарізають помідори та викладають на нього, все змащують, часниковою олією. Розстроюють 30 хвилин. Випікають 30 хвилин при температурі 220 °С до готовності, одразу подають.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ

3.1 Організація виробництва

Рациональна організація виробництва дуже важлива в підприємствах ресторанного господарства, вона залежить від оперативного планування, яке передбачає розробку плану випуску продукції з урахуванням асортиментного мінімуму, можливості постачання сировини, вечірнього меню, розрахунку кількості сировини необхідної для виконання виробничої програми. При складанні враховується: асортимент страв, що повинен відповідати рекомендованому асортименту мінімуму; страви за днями тижня повинні бути різноманітними; враховуються сезонні особливості постачання сировини та коливання попиту на окремі страви; оснащеність технологічним обладнанням.

Організація виробництва підприємства відбувається у відповідності з виробничою програмою. На підприємстві обов'язково складається план-меню, оформляється план замовлення, завдання кухаря і замовлення на сировину та напівфабрикати. Велике значення для виробництва готової продукції має планування її випуску – виробнича програма. Виконання виробничої програми досягається своєчасним забезпеченням її сировиною в необхідній кількості і асортименті.

На підприємство сировина поступає від підприємства-постачальника. Підприємство-замовник укладає договір з підприємством-постачальником, у якому зазначені вимоги та обов'язки двох сторін. Протягом терміну дії постачальник зобов'язується виготовити й доставити, а підприємство ресторанного господарства - прийняти й сплатити кошти за сировину чи товари в кількості й асортименті і за термінами відповідно до узгодженої сторонами специфікації. Загальна сума постачання визначається на основі щорічно узгоджених специфікацій і діючих цін.

Зав. виробництвом приймає продукцію, перевіrivши її за усіма показниками, а потім вона надходить до складів.

Для розрахунку необхідної кількості продуктів, організації контролю за їх використанням і дотриманням рецептури страв і кулінарних виробів при виготовленні продукції використовують технологічні картки. Основою розробки технологічних карток є збірник рецептур страв і кулінарних виробів. Основним нормативно-технологічним документом є збірник рецептур страв і кулінарних виробів. Він використовується при складанні калькуляційних і технологічних карток. Технологічні картки зберігаються в картотеці шеф-кухаря.

Режим роботи: заготівельного, доготівельного, борошняного цехів подано в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Режим роботи цехів

Назва цехів	Режим роботи цехів
Заготівельний	8 ⁰⁰ -19 ³⁰
Доготівельний	8 ³⁰ -22 ⁰⁰
Борошняний	8 ³⁰ -20 ⁰⁰

Списочна чисельність працівників, що працюють у даних цехах, наведена в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Явочна чисельність кухарів

Цех	Чисельність працівників	Розряд
Заготівельний	0,42	III
Доготівельний	1,5	IV, V
Борошняний	0,8	IV
Всього явочна	2,72≈3 осіб.	

Розраховуємо загальну чисельність кухарів (N_2) (2.20) та складаємо графіки виходу на роботу.

$N_2 = 2 * 3 * 1,13 = 8$ осіб отже на підприємстві працюватиме 8 кухарів по три в кожній бригаді та 1 шеф кухар.

На підприємстві у цехах застосовуються лінійний і ступеневий графіки виходу на роботу, як найбільше прийнятні для даного типу підприємства.

Завідуючий виробництвом забезпечує контроль за виконанням планових завдань по виробництву та контроль за якістю продукції.

Контроль якості кулінарної продукції на підприємстві здійснює бракеражна комісія, до складу якої входять директор підприємства, зав. виробництвом і старший кухар. В своїй діяльності комісія керується “Положенням про бракераж страв на підприємствах громадського харчування”. Органолептична оцінка якості продукції здійснюється за п’ятибальною системою. Оцінка якості страв заноситься в бракеражний журнал, пронумерований і скріплений печаткою. Записи в журналі підтверджуються підписами всіх членів комісії

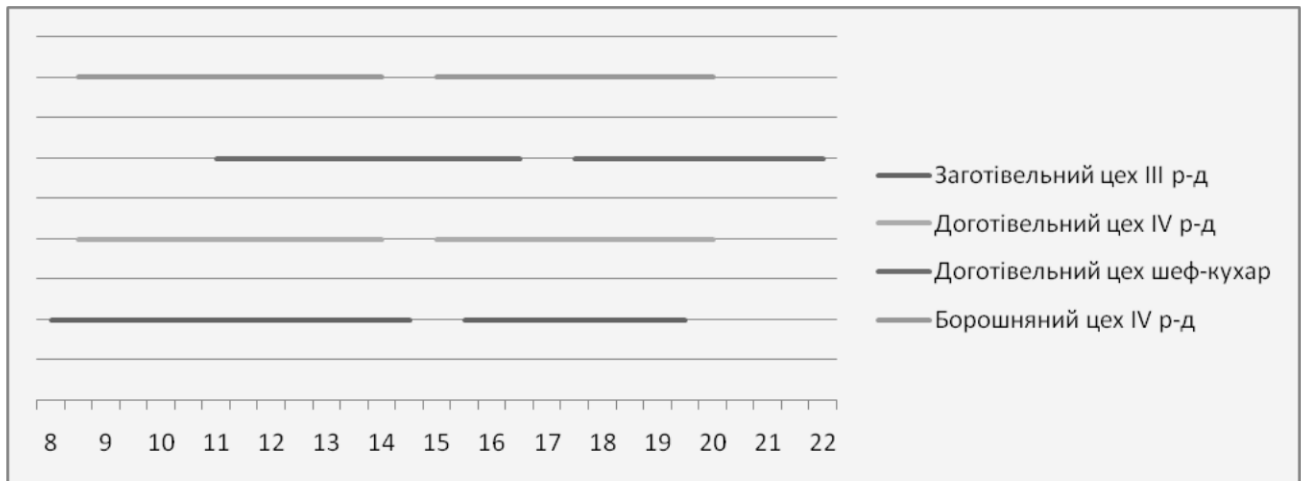


Рис.3.1 Графік виходу на роботу працівників виробництва

3.2 Організація обслуговування

Рациональна робота підприємства залежить від правильної організації обслуговування споживачів. Організація обслуговування включає такі процеси: підготовка зали до обслуговування, зустріч і розміщення споживачів, приймання замовлення, отримання та подавання страв, розрахунок.

Зал піцерії на 66 місць працює з 10⁰⁰ до 22⁰⁰. Форма обслуговування офіціантами. За списочною чисельністю працює шість офіціантів і два бармени, які обслуговують відвідувачів. За явочною чисельністю працює три офіціанти і один бармен 11,5 годин із двома перервами по 15 хвилин.

Бармен реалізує холодні напої та гарячі напої через барну стійку.

Барна стійка розташована дуже зручно, оскільки має зв'язок з доготівельним цехом.

У залі піцерії встановлені обідні прямокутні чотиримісні столи розмірами 1200 x 600мм; квадратні двомісні столи розмірами 600 x 600 мм із комплектами стільців. Столи розміщені рядами для зручності обслуговування.

В якості додаткових послуг надається можливість замовлення піци заздалегідь, замовлення піци на винос, та доставка піци в офіс, пакування продукції в контейнери, для пікніків (поруч розташована паркова зона для відпочинку містян).

Меблі виконані з цільного дерева. Столи покриті доріжками з льняної тканини кольору мокко. Столи засервіровані наборами спецій та паперовими серветками. Повне сервірування столу відбувається згідно з замовленням.

3.3 Рекламне забезпечення діяльності підприємства

Реклама – це будь - яка форма не особистого уявлення і просування ідей, товару або послуг, оплачувана точно встановленим замовником.

До зовнішніх засобів реклами відносяться :вивіски, вітрини, плакати тощо. Вивіска в підприємстві буде містити таку інформацію: назва підприємства, спеціалізація; режим роботи. Вивіска повинна бути світловою, щоб мати великий вплив на споживачів.

Вітрину пропонується оформити у вигляді фотопано, де зображені вироби піцерії, які готуються з інформацією про ціни.

Надзвичайно важливе значення мають внутрішні засоби, які ефективно використовуються з моменту заснування підприємства. До них належать усі елементи системи обслуговування на підприємствах ресторанного господарства: інтер'єр, емблема підприємства, стиль і дизайн, методи й форми обслуговування, зручність і комфорт, форма персоналу, меню, якість страв і послуг тощо. Внутрішні засоби реклами призначені для прямого і непрямого впливу на споживачів. Вони покликані переконати споживачів і надалі

продовжувати користуватися послугами підприємства, а через них спонукати й інших потенційних споживачів користуватися його послугами. Це необхідно для підтримки і підвищення попиту на продукцію та послуги підприємств ресторанного господарства.

Інтер'єр зали піцерії створений у стилі класики, форма зали прямокутної форми. Зал виконаний у теплій пісочній гамі з додаванням відтінку коричневого кольору. Вздовж всіх стін розташоване приглушене освітлення, щоб у відвідувачів створити уявлення про те, що вони перебувають в затишній теплій атмосфері рідної домівки. На стінах картини з пейзажами. В залі лунає спокійна музика. Меблі маючи дерев'яну основу створюють ефект реальності і затишку. Столи мають квадратну і прямокутну форму, стільці класичної форми, біля прямокутних столів дерев'яні лави. Так споживачі можуть відчувати себе в домашній атмосфері.

Меню є таким засобом внутрішньої реклами, на який звертають увагу всі споживачі. Воно містить: емблему підприємства, його призначення, слово "Меню", назва фірмових та інших основних груп страв, кулінарних виробів, напоїв та іншої продукції. Пакувальні ємності також містять логотип закладу.

Пропонується ввести форму обслуговуючого персоналу (офіціантів), для того щоб створити позитивний образ для відвідувачів. У піцерії офіціанти будуть одягнені у білі сорочки, поверх яких, довгі фартухи світло коричневого кольору.

Доповненням інтер'єру є столовий посуд. Для подачі піци використовують круглі дощечки з дерева.

Висновок до розділу 3

В організаційному розділі детально розглянуто організацію виробництва, обслуговування та рекламні заходи для залучення потенційних відвідувачів. Так даний заклад працює з повним виробничим циклом, тобто на підприємство надходить сировина та н/ф з яких в цехах повара проводять технологічну обробку та виготовляють страви, які в подальшому подаються відвідувачам. Технологічний процес виробництва контролює завідувач виробництвом. Обслуговування відвідувачів здійснюється офіціантами та барменом. Всі працівники працюють згідно законодавчих норм України.

Для залучення відвідувачів в розділі наведені рекламні заходи: приклад оформлення інтер'єру, екстер'єру, реклама по радіо, телевізору, газеті, розроблено додаткові послуги тощо.

Висновки

Спеціалізована закусочна на 66 місць, проектується у місті Бердичів Житомирської області.

Для визначення ринку кулінарних виробів ми ознайомилися з наявними попитом і пропозицією на страви та готові вироби. Для цього використовували маркетингові дослідження ринку, зокрема анкетування споживачів стосовно страв та виробів, що будуть виготовлятися в проектуваному підприємстві.

У ході проектування вирішили такі питання:

- впровадження сучасного прогресивного обладнання. Запропоноване спеціалізоване обладнання для виробництва піци;
- проведене планування виробничих цехів, залів та всього підприємства в цілому. Для забезпечення поточності виробництва, спроектовано 3 цехи: загальнозаготівельний, доготівельний та борошняний;
- визначено архітектурне рішення фасаду та опорядження території. Вирішення фасаду відповідає назві підприємства та стравам, що пропонуються в проектуваному підприємстві. Опорядження території відповідає зовнішньому виду фасаду;
- у проекті дотримано вимог з охорони праці.

Зі всього вище перерахованого можна зробити висновки, що будівництво спеціалізованої закусочної на 66 місць у місті Бердичів Житомирської області є актуальним, а даний проект будівництва в цілому є перспективним.