

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

«РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ З ГІДРОБІОНТІВ У ЗРГ  
М. ВІННИЦЯ»

(за матеріалами ресторану «Іль-Де-Франс»)

Здобувача вищої освіти  
2 курсу, групи РТ- 21 з (м),  
спеціальності 181  
«Харчові технології»  
освітньої програми  
«Ресторанні технології»

Чайки  
Вікторії  
Сергіївни

Науковий керівник  
кандидат технічних наук,  
доцент

Крижак  
Лілія  
Миколаївна

Гарант  
освітньо-професійної  
програми кандидат технічних  
наук, доцент

Семко  
Тетяна  
Василівна

Вінниця 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	6
1.1 Дослідження ринку споживачів в ареалі діяльності закладу.....	6
1.2 Дослідження конкурентів закладу ресторанного господарства.....	9
1.2.1 Обґрунтування маркетингової стратегії закладу, що проектується	13
РОЗДІЛ 2. ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	20
2.1 Аналіз концептуальних засад діяльності закладу ресторанного господарства.....	20
2.2 Характеристика виробничого процесу закладу.....	24
2.2.1 Виробнича програма закладу.....	24
2.2.2 Склад приміщень на основі структурно-технологічної схеми виробництва у закладі ресторанного господарства.....	28
2.2.3 Технологічні процеси виготовлення кулінарної продукції.....	39
2.2.4 Загальна характеристика і класифікація групи страв із гідробіонтів.....	41
2.3 Характеристика процесу надання послуг у торговельній залі ЗРГ.....	45
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	50
3.1 Розроблення та впровадження новітніх рецептур ресторанної продукції.....	51
3.2 Характеристика контрольно-критичних точок технологічного процесу виготовлення розробленої продукції.....	56
3.3 Обґрунтування рентабельності розробленої продукції.....	62
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	68
ДОДАТКИ.....	75

## ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний ресторанний ринок України досить молодий. Однак його динамічний розвиток, безумовно, дозволяє говорити про певні тенденції та напрями розвитку цього бізнесу. Ресторанний ринок України не припускає жорсткої класифікації закладів. Так, серед закладів ресторанного господарства можна виділити декілька великих груп: ресторани класу «преміум», ресторани для середнього класу, фаст-фуд, а також бари, кафе і кав'ярні як особливі заклади з власним асортиментом. Говорячи про стан ресторанного ринку, не можна не сказати про те, що ринок послуг, зокрема ресторанний ринок, безпосередньо залежить від загальних економічних показників, тобто від платоспроможності споживачів послуг, а також від мінливого менталітету жителів України, які все більш орієнтуються на європейські стандарти споживання [1, 2, 3].

Основною метою розробки комплексного закладу ресторанного господарства є створення підприємства з більш високими техніко-економічними параметрами, а саме: підвищення якості готової продукції; створення нормальних умов праці; механізація і автоматизація виробництва кулінарної продукції і процесів обслуговування відвідувачів; впровадження сучасної техніки і технології; збільшення випуску продукції; підвищення культури обслуговування громадян; підвищення техніко-економічних показників, а саме рентабельність роботи підприємства.

В умовах жорсткої конкуренції підприємці проводять маркетингові дослідження, обираючи контингент, на який планується орієнтуватись в своїй діяльності, тип, та спеціалізацію закладу ресторанного господарства, місце забудови тощо [4, 7, 8]. У місті Вінниця, проведено аналіз ринку послуг ресторанного господарства, на підставі якого можна стверджувати про недостатньо розвинену мережу закладів, які орієнтуються на наданні послуг з

харчування та організації дозвілля людей. Тому робота комплексного закладу ресторанного господарства з впровадженням новітніх технологій у приготуванні інноваційної продукції з гідробіонтів у місті Вінниця є доцільним. Виходячи з вищевикладеного можна стверджувати, що тема роботи є актуальною.

Мета дослідження – розробка та впровадженням у ЗРГ новітніх технологій приготування інноваційної продукції з гідробіонтів.

Завдання дослідження полягають в наступному:

- провести маркетингові дослідження ринку ресторанних послуг міста Вінниці із аналізом ринку споживачів міста Вінниці та основних конкурентів роботаованого закладу ресторанного господарства;
- на основі проведених маркетингових досліджень визначити основні концептуальні засади роботаованого комплексного закладу ресторанного господарства;
- розробити робота виробничого процесу закладу ресторанного господарства;
- розробити меню та виробничу програму комплексного закладу ресторанного господарства;
- на основі сформованого меню провести розрахунок необхідної кількості сировини для виготовлення продукції роботаованого закладу ресторанного господарства;
- обґрунтувати структуру та склад основних приміщень закладу ресторанного господарства;
- розробити модель обслуговування в роботаованому закладі ресторанного господарства;
- обґрунтувати систему управління закладом ресторанного господарства та провести необхідні економічні розрахунки ефективності розробки роботау комплексного закладу ресторанного господарства.

Об'єкт дослідження – технологічний процес розробки новітніх

технологій приготування інноваційної продукції з гідробіонтів у закладах ресторанного господарства.

Предметом написання даного дослідження є теоретико-методолічні та практичні аспекти діяльності закладів ресторанного господарства у напрямку інноваційної продукції з гідробіонтів у ЗРГ м. Вінниця.

Методи дослідження. При виконанні даної кваліфікаційної роботи використовувались наступні методи дослідження: метод синтезу та аналізу, узагальнення, статистичні методи та методи економіко-математичного аналізу.

Наукова новизна передбачає розробку новітніх технологій розробки інноваційної продукції з гідробіонтів з подальшим їх впровадженням в закладах ресторанного господарства.

Практична цінність – полягає в впровадженні новітніх технологій приготування інноваційної продукції з гідробіонтів в закладах ресторанного господарства міста Вінниці.

Апробація наукових досліджень. Основні висновки та результати дослідження пройшли апробацію (заочна форма) на XI Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» (м. Вінниця, 23 квітня 2022 р.), IX Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології» (м. Вінниця, 6 жовтня 2022 р.).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Основний текст роботи викладено на 65 сторінках. Робота містить 6 рисунків, 19 таблиць, 61 позицію літературних джерел, 10 додатків.

## РОЗДІЛ 1

### МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

#### 1.1 Дослідження ринку споживачів в ареалі діяльності закладу

Одним з важливих принципів стратегії маркетингу є орієнтація на потенційних споживачів товарів і послуг, а не на попит, що склався, і виробничі можливості підприємства. Це обумовлено тим, що попит, на відміну від потреб, не стабільний і залежить від цілої низки чинників. Тому при виході на ринок послуг обов'язком є вивчення потенційних споживачів [9, 10].

Підприємство, що роботається, пропонує на ринок послуги, які відсутні на даний час у даному ареалі дослідження – ресторан. В той же час з'являється категорія відвідувачів з певним рівнем доходів, які цікавляться новими, та ще й домашніми, іноді зовсім забутими, стравами національних кухонь, бажають смачно поїсти, відпочити, цікаво провести вільний час. На поведінку споживачів, при виборі закладу ресторанного господарства впливають доходи, рівень освіти, звички, місце знаходження та інші фактори. Проведемо дослідження маркетингового середовища діяльності роботаованого комплексного закладу ресторанного господарства. Аналіз ринку ресторанних послуг – це визначення кількісної та якісної структури ринку, його місткості та оцінка кон'юктури ринку [14, 18, 21].

Першим етапом вибору необхідного типу закладу є визначення насичення обраного регіону закладами ресторанного господарства та визначення тих закладів, яких у даному ареалі дослідження є недостатньо. Це

дозволить задовольнити потреби споживачів шляхом розширення сфери послуг закладів ресторанного господарства [15, 16].

Тому, було обрано мікрорайон «Вишенька», який знаходиться в Правобережному районі. На вишеньці є все необхідне: великий вибір житла, лікарні, навчальні заклади від дитсадків до університетів, підприємства, офіси різноманітних компаній, магазини, торгово-розважальні центри, кафе та ресторани, місця для прогулянок, паркові зони, водойми тощо. І хоча архітекторам та містобудівникам понад 50 років тому не вдалось реалізувати всі свої плани, Вишенька вийшла цілком самодостатнім та водночас компактним мікрорайоном.

Саме тому відкриття ресторану середземноморської кухні «Шалений тунець» в мікрорайоні Вишенька на вулиці Келецька 102 є особливо актуальним (рис. 1.1).

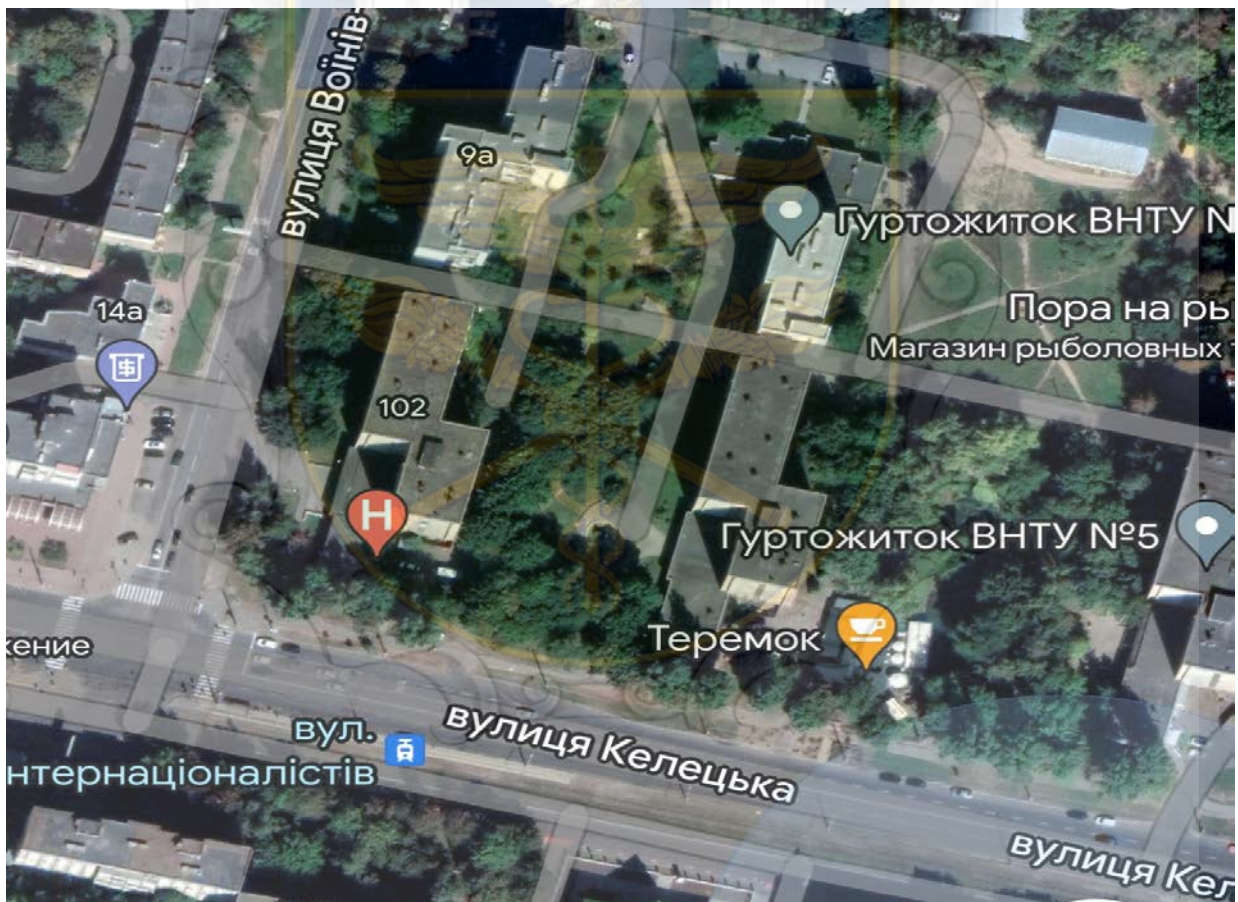


Рисунок 1.1 – Супутникове розташування кафе «Шалений тунець» на вулиці Келецькій 102

Конкуренція на ринку ресторанного господарства – це суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між закладами харчування за найбільш вигідні умови виробництва та споживання продукції та послуг споживачами, в межах однієї території. Конкуренція є об'єктивною закономірністю становлення та розвитку підприємництва, важливою передумовою впорядкування цін, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному перегрупуванню ресурсів, захищає споживача від диктату виробників [23, 25].

Для детальної інформації проведемо опитування потенційних гостей, що дозволяє, проаналізувати дані та виявити певне уявлення про потреби споживачів. Дані опитування наведені в таблиці 1.1 (Додаток А). Було опитано 50 жителів мікрорайону «Вишенька».

Провівши опитування та аналізуючи результати, що приведені в таблиці 1.1. можна зробити висновок, що жителі спального мікрорайону «Вишенька» є повністю платоспроможними та здатними цінувати якісну їжу з морепродуктів та сервіс закладу. З 50 чоловік опитаних середній дохід становить більше 10 тисяч гривень, перевагу надають більше середземноморській кухні (20 %), хоча поряд з тим опитані надали перевагу грузинській (15 %) і італійській кухні (10 %) та українській кухні (8 %). Поряд з тим ми провели онлайн опитування, адже більша частина відвідувачів надають перевагу інтернет ресурсам.

Оскільки більшість ресторанів, кафе у мікрорайоні є традиційними, вважаємо що створення ресторану з середземноморською кухнею є доцільним.

Найрозповсюдженіший тип ЗРГ – ресторан (48 %) та кафе (48 %). Також (13 %) опитаних підтвердили що не вистачає ресторану в мікрорайоні на перехресті вулиці Келецької та Воїнів Інтернаціоналістів. Підсумковим було останнє запитання, стосовно став з морепродуктів, які надали перевагу (40 %) вподобання.



Проаналізувавши відповіді опитування, можна вирахувати цільовий ринковий сегмент:

- споживачі віком 22-50;
- надають перевагу середземноморській кухні;
- відвідують ресторани кілька разів на тиждень;
- люди які витрачають суму більше 500 грн.

Таким чином наш ресторан «Шалений тунець» попадає в категорію – ресторан з середземноморською кухнею, вишукані страви з риби і морепродуктів що задовольнить вимоги найвибагливішого гостя.

## 1.2. Дослідження конкурентів закладу ресторанного господарства

Ресторанне господарство регіону та України загалом являє собою сукупність підприємств, об'єднаних по ознаці однорідності продукції, що виробляється; сировини, що споживається; характеризується спільністю організації і технології виробництва, матеріально-технічної бази і форм обслуговування споживачів.

На сьогодні ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас, ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкурентності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Всі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності [28, 37].

Основу функціонально-компонентної структури ресторанного господарства Вінниччини складають їдальні, їх частка становить 69,3 %, також слід відмітити значення кафе (25,5 %), ресторанів (14,8 %) та барів (3,6 %) [40].

Кафе як найпопулярніший тип закладу займає вагоме місце у ресторанній індустрії багатьох районів області. Найбільша кількість кафе представлена в м. Вінниця та Вінницькому районі (60 одиниць). В розрізі районів спостерігається тенденція до розміщення даних закладів в районних центрах або селищах міського типу. Також у області функціонують кафетерії. Вони організовуються переважно при великих продовольчих і універсальних магазинах. Призначені кафетерії для продажу і споживання на місці гарячих напоїв, молочнокислих продуктів, бутербродів, кондитерських виробів та інших товарів, які не потребують складного приготування.

Ресторани Вінниччини організовують обслуговування бенкетів різних видів, тематичних вечорів та надають додаткові послуги населенню області (офіціант вдома, прокат столового посуду, доставка замовлень додому тощо). В області наявні райони, де відсутній даний тип закладу, найбільша ж кількість ресторанів розміщена у Вінницькому районі разом з м. Вінниця (10) та Хмільницькому (4). Найпопулярнішими ресторанами міста Вінниці є «Гостевія», «Нова Провінція», «Fazenda» (Фазенда)», «Шахерезада», «Tiflis» (Тифліс) тощо.

Таким чином, ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства області ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг.

Метою відкриття будь якого закладу ресторанного господарства «Шалений тунець» є забезпечення споживачів у послугах харчування.

Аналіз проведенні дослідження показали, що найбільше навантаження споживачів із достатнім рівнем купівельної спроможності спостерігається в мікрорайоні Вишенька.

Таблиця 1.1 – Аналіз основних конкурентів ресторану «Шалений тунець»

Назва, тип закладу	Послуги	Меню закладу	Адреса закладу	Кількість місць	Режим роботи, в умовах військового стану год./хв.
1	2	3	4	5	6
Кафе-ресторан «Теремок»	Спорт-трансляції, відкриті альтанки кальян, їжа на виніс, бронювання, парковка, жива музика, безкоштовний Wi-Fi	українська кухня	м. Вінниця вул. Келецька 100	70	10.00-18.00
Ресторан «Нова Провінція»	Літня тераса, дитяче меню, дитяча кімната з аніматорами, майстер-класи, кальян, жива музика	українська кухня	м. Вінниця проспект Космонатів, 30а, 10 поверх	100	10.00-22.00
Ресторан-клуб «Фазенда»	VIP-зал, дитячий майданчик, веранди, альтанки, тераси. банкетний зал, літня тераса	європейська кухня	м. Вінниця вул. Пирогова, 131	200	12.00-00.00
Кафе «Вінниця»	Банкетний зал, літня тераса, бізнес-ланч, парковка	українська та європейська кухня	м.Вінниця вул. Келецька, 37а	95	09.00-20.00
Ресторан «Cherry Lake»	Банкетний зал, бізнес-ланч, доставка їжі, парковка, VIP зал	європейська, тайська, італійська, японська, американська, східна кухні	м. Вінниця, пр. Юності, 77	180	11.00–21.30
Кафе-ресторан «Іль де Франс»	Їжа на виніс, бронювання, літній майданчик, парковка, дитячі стільчики для годування, жива музика, винний бар, безкоштовний Wi-Fi	французська, європейська, центрально-європейська	м. Вінниця, вул. 600-річчя, 25	30	11.00–22.00

Отже, комплексний заклад ресторанного господарства середземноморської кухні «Шалений тунець» планується відкритися в мікрорайоні «Вишенька» неподалік від відомого музею-садиби ім. М. І. Пирогова.

Мікрорайон «Вишенька» – район Вінниці з багатоквартирною житловою забудовою. Розташований на заході міста, за яром на захід від Слов'янки, неподалік річки Вишеньки [15].

Вигідне розташування закладу ресторанного господарства «Шалений тунець» обумовлюється ще й тим, що станом на 2022 рік розбудовуються нові будинки житлових комплексів:

- ЖК «Flat city», провулок 2-й Юності;
- ЖК «Престиж Хол Вінниця» вул. Келецька 86;
- ЖК «Premier Tower», вул. Космонавтів 49, ЖК Лісопарковий, вул. 600-річчя 3 та ін.

Наступним етапом даного дослідження є проведення детального аналізу конкурентного середовища діяльності майбутнього роботаованого закладу.

В таблиці 1.1 наведено порівняльну характеристику основних конкурентів за параметрами: місце знаходження закладу, режим роботи закладу, особливості кухні, методи обслуговування та місткість торгівельної зали.

Назва пішла від річки Вишенька, яка є правою притокою Південного Бугу і була південно-західною межею міста. У 1859 р. було закладено славнозвісну садибу Вишня видатного ученого і хірурга Миколи Пирогова. Перші будинки у новому мікрорайоні Вишенька з'явилися у 1962 р. [50].

### 1.2.1 Обґрунтування маркетингової стратегії закладу, що роботається

Головний фактор, що буде у майбутньому відрізняти заклад «Шалений тунець», від усіх інших, це забезпечення відвідувачів якісним харчуванням продуктами з гідробіонтів та високою культурою обслуговування.

У даній кваліфікаційній роботі планується створення ресторану, який буде задовольняти попит широкого кола споживачів. Для виконання цієї задачі плануємо розробити заклад з повним виробничим циклом. Пропонуємо загальну залу ресторану на 75 місць та бар 25 місць (разом 100 місць).

Оскільки заклад ресторанного господарства «Шалений тунець» є спеціалізованим закладом, в основі якого лежить приготування морепродуктів, риби та рибних страв, то ми пропонуємо меню середземноморської кухні.

Основою виробничої програми підприємства буде асортиментний вид морепродуктів, риби та смачної їжі.

«Шалений тунець» – рибний ресторан сімейного типу, який ставить перед собою амбітну мету: привчити вінницьких гурманів до якісних морепродуктів та риби рідкісних сортів.

Філософія і принципи роботи ресторану:

1. В ресторані «Шалений тунець» готуватимуть виключно зі свіжої (або охолодженої) риби. Всі морські делікатеси надходять в ресторан два рази в тиждень. Це гарантує свіжість продуктів, а також дивовижний смак.

2. Дорадо, сібас, лосось, форель – це, звичайно, добре. Але в світі повно іншої менш популярної в гастрономічному плані, але зовсім дивної по своєму смаку риби, яка гідна того, щоб стати ідеальною вечерєю або обідом для вас. Саме тому ресторан «Шалений тунець» пропонуватиме своїм гостям

такі рідкісні сорти, як риба з Шрі-Ланки: баррамунді, ред групперов, жовтопъорий фузільор.

3. Будь-яку рибу в «Шаленому тунці» приготують за бажанням гостя в китайському самоварі, соляному саркофазі (фаворит серед відвідувачів ресторану), на грилі або просто запечуть. При цьому шеф-кухар обов'язково порекомендує гарнір і соус, який підкреслить смак риби найкращим чином.

4. Меню ресторану передбачено постійно оновлюватися. Наприклад, камчатський краб, акула азіатська і т.д.

5. У ресторані є рибний бутік, де рибу, устриці, морепродукти можна придбати для домашнього приготування. Якщо гості хочуть купити, але не знають, як приготувати обраний ними морепродукт, шеф-кухар допоможе, проконсультує, а якщо є необхідність - почистить і філірує все згідно рецепту.

6. Персонал ресторану (від шеф-кухаря до офіціантів) дуже відкритий і доброзичливий. Тому «Шалений тунець» – це місце, де гостям не тільки завжди пропонують тільки найкраще, але ще і врахують всі його побажання та рекомендації.

Оформлення ресторану «Шалений тунець» – це морська стилістика: вишукано і красиво. Локація розділена на два блоки. Перша – це, власне, сам ресторан. Перебуваючи в ресторані «Шалений тунець», ви немов занурюєтесь в морську безодню, насолоджуючись пропливаючими повз рибками, блакиттю води і розсіяним сонячним світлом (Додаток А, Б, В, Д).

Морепродукти і риба – це флагмани ресторану «Шалений тунець», але, на радість всім м'ясоїдам, в меню буде представлені не тільки вони. Салати, закуски, супи, пасти, ризотто, класичні десерти також є в меню ресторана.

У ресторані приймаємо часткове обслуговування офіціантами. В банкетній залі на 30 місць передбачається обслуговування офіціантами ресторану.

Підприємство може давати споживачам додаткові послуги: обслуговування банкетів із приводу днів народжень, ювілеїв, обслуговування урочистостей вдома силами кухарів, проведення виставок – продажу кулінарної продукції до свят.

Раціональним буде такий режим роботи ресторану «Шалений тунець»: час роботи з 12.00 до 23.00 год.

Підприємство буде працювати без вихідних і святкових днів, передбачається проводити один санітарний день щомісяця. Таким чином кількість робочих днів за рік складе:  $365 - 18 = 347$  днів.

При аналізі способів ціноутворення треба враховувати, що ціна на послуги у ресторані буде визначатися виходячи із наступного [32, 33]:

- собівартості продукції – на її основі буде розраховуватися мінімально можлива ціна продукції, яка буде відповідати найменшим витратам виробництва;

- ціни конкурентів на аналогічну продукцію – на основі аналізу цін конкурентів буде визначатися середній рівень цін на продукцію;

- унікальних достоїнств послуг – максимально можлива ціна буде встановлюватися на продукцію та продукти, які відрізняються високою якістю або унікальними достоїнствами;

- ціни, що визначаються попитом на дану продукцію – можуть коливатися у всьому діапазоні від мінімальних до максимальних цін. Ці ціни будуть змінюватися у різні періоди життєвого циклу продукції.

Одним з важливих моментів з точки зору маркетингу є розробка керівництвом роботи закладу своєї цінової політики. Ця цінова політики буде полягати в наступному: потрібно встановити на свої послуги такі ціни і так їх потім змінювати в залежності від становища на ринку, щоб заволодіти деякою долею цього ринку та отримати бажаний запланований прибуток [44, 56, 59].

При розробці цінової політики нам треба буде враховувати наступні етапи ціноутворення:

- Вихід на новий ринок. На початковому етапі проникнення на новий ринок для залучення споживачів та поступового ствердження на цьому ринку, доцільно буде встановити більш низькі ціни у порівнянні з цінами конкурентів. Далі, по мірі завоювання деякої долі ринку і формування постійної клієнтури, ціни на продукцію поступово будуть підвищуватися до рівня цін конкурентів [61].

- Захист позиції. В умовах конкуренції керівництво закладу буде намагатися зберегти долю ринку, якою він володіє. До основних факторів, які враховуються при конкуренції, відносяться: ціна, якість продукції, час обслуговування, умови розрахунку, реклама. Заклад може використати дійову «війну» – різко понизити ціни на продукцію, що приведе до необхідності зниження цін конкурентами, при цьому найбільш слабким з них прийдеться залишити ринок.

Послідовний прохід по сегментам ринку. На цьому етапі продукція буде спочатку пропонуватися тим сегментам ринку, де споживачі готові заплатити високу ціну. Після отримання «преміальних» цін заклад зможе перейти послідовно до збуту продукції за більш низькими цінами для залучення тих сегментів ринку, які характеризуються більшою еластичністю попиту (збільшення об'єму купівлі при зниженні ціни)

- Задовільне відшкодування витрат. На цьому етапі керівництвом буде використовуватися політика «цільових цін», тобто таких, які на протязі 1-2 років при оптимальному завантаженні виробничих потужностей (близько 80%) забезпечують відшкодування витрат та розрахунковий прибуток на вкладений капітал (15-20%). При цьому, як правило, ризик мінімальний.

Характеристика маркетингової збутової політики. Канал збуту товарів – це сукупність фізичних та юридичних осіб, що беруть на себе право власності на товари чи послуги на шляху їх руху від виробника до



споживача. Для розподілення послуг керівництво закладу буде використовувати прямий канал збуту, який дозволяє підтримувати контакт із споживачем, що дозволить контролювати збут. Так як заклад ресторанного господарства - це роздрібний заклад послуг, то каналом розподілення у нашому випадку буде роздрібна торгівля [58].

Комплекс стимулювання збуту буде складатися з наступних засобів:

Стимулювання збуту – це використання різних засобів пробуджуючої дії, що націлені прискорити та посилити відповідну реакцію споживачів. Для цього керівництвом закладу «Шалений тунець» будуть використовуватися наступні види впливу [26]:

- гарантування повернення грошей при поганій якості продукції та невідповідному обслуговуванні;
- продаж продукції за пільговими цінами;
- надання знижок при обслуговуванні великих банкетів, весіль, ювілеїв;
- стимулювання власного персоналу за допомогою премій.

«Шалений тунець» – це сприяння по встановленню взаєморозуміння та доброзичливості між особистістю, установою та іншими групами осіб способом розповсюдження роз'яснювального матеріалу, інформації та оцінки суспільної реакції. У цьому напрямі керівництвом будуть проводитися наступні заходи:

- вивчення суспільної думки спільноти, проведення необхідних заходів по формуванню думки та задоволенню очікувань;
- запобігання конфліктних ситуацій та непорозумінь, а також формування поваги до побажань клієнтів;
- формування доброзичливих відносин з постачальниками;
- зацікавленість кваліфікованих робітників і по можливості зниження текучості кадрів;
- проведення реклами послуг закладу;
- створення власного іміджу.

Підприємство «Шалений тунець» може давати споживачам додаткові послуги: обслуговування банкетів із приводу днів народжень, ювілеїв, обслуговування свят, проведення виставок – продаж кулінарної продукції до свят.

Ресторан «Шалений тунець» працює на сировині:

– морепродукти надходять заморожені, річкова риба – жива або охолоджена;

– м'ясо закупають свіже у вигляді великошматкових напівфабрикатів, птиця, субпродукти – охолоджені.

Сировина і товари завозяться з урахуванням безперебійної роботи підприємства, термінів зберігання, що рекомендуються.

Характеристика маркетингової комунікаційної політики закладу «Шалений тунець».

Одним з основних способів залучення потенційних клієнтів цільового ринку роботаованого закладу буде реклама. Мета рекламної компанії – надання інформації потенційним споживачам о роботі підприємства, ознайомлення з прогресивними методами обслуговування, додатковими послугами, які будуть надаватися у закладі.

На початковому етапі розвитку закладу буде використовуватися «початкова (інформаційна)» реклама, яка має за мету ознайомлення потенційних споживачів з новим створеним комплексним закладом, шляхом надавання докладних відомостей про ціни, якість страв, акційні пропозиції, місце знаходження закладу. Ця реклама буде націлена на переконання споживачів у доцільності відвідування роботаованого закладу ресторанного господарства [29].

На подальших етапах розвитку закладу буде використовуватися “конкурентна” реклама, яка націлена на виділення нашого закладу з маси аналогічних закладів, буде надавати характеристику розбіжностей, тим самим стимулюючи споживачів відвідати саме цей заклад.

Наприклад, один із варіантів, це акційна пропозиція. Так як ресторан «Шалений тунець» активно пропагує любов до риби і морепродуктів, тут регулярно проходять акції і діють вигідні пропозиції:

1. Усі устриці можна замовити на винос зі знижкою 20 %.
2. Щопонеділка і щовівторка діє знижка – 50 % на Фін де Клер і Середземноморські устриці калібром 1 і 0.
3. Щочетверга діє знижка -50 % на всю рибу, привезену зі Шрі-Ланки.
4. У ресторані є власна служба доставки. Ви можете замовити суші і устриці з доставкою.
5. Є меню сніданків (діє цілий день) і бізнес-ланчів.



## РОЗДІЛ 2

### ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

#### 2.1 Аналіз концептуальних засад діяльності закладу ресторанного господарства

Концепція – певний засіб розуміння, трактування явищ, основний погляд, керівна ідея для їх висвітлення; провідний задум, конструктивний принцип різних видів діяльності [26].

Управління сталим розвитком підприємства повинно опиратися на концептуальні принципи та забезпечувати максимальну ефективність використання сумарного потенціалу підприємства шляхом формування такого співвідношення між фінансовим, маркетинговим, екологічним, управлінським, технологічним і соціальним потенціалами підприємства, яке дозволить із усього різноманіття станів і варіантів обрати досягнення поставленої підприємством мети [30].

Концептуальними принципами стратегії сталого розвитку підприємства, є принципи економічної, управлінської, екологічної й соціальної стабільності підприємства. На підставі відомих принципів представлена концепція формування системи сталого розвитку підприємств сфери послуг. Усі принципи відображають практичну реалізацію наукових підходів при формуванні стратегії розвитку підприємства, яка є складовою частиною синергетики, як форми організації стратегії сталого розвитку. При цьому у розрізі синергетики розглядається динаміка збільшення доходів підприємства, підвищення продуктивності праці й ефективності його управління. На основі принципів економічної, управлінської, соціальної й

екологічної стабільності будуються концептуальні положення стратегії сталого розвитку підприємства [16].

Перше концептуальне положення будується на принципі ефективності. Ефективність управління підприємством визначається не величиною прибутку, а збільшенням ціни бізнесу. При будь-яких умовах, основна мета управління в умовах трансформаційної економіки – забезпечення стабільності підприємства та підвищення вартості бізнесу для власників. У той же час, ґрунтуючись на системному підході, слід розглядати вплив прийнятих до вивчення факторів у взаємозв'язку [12].

Ефективне використання цих ресурсів повинно визначатися не тільки адаптацією до змін зовнішнього середовища, але й формуванням кращої зміни зовнішніх і внутрішніх факторів. При цьому вплив на окремі фактори внутрішнього середовища внаслідок синергетичного ефекту не завжди може привести до отримання відповідного бажаного результату. На рівні функціональних стратегій слід виділити маркетингову, фінансову, управлінську, соціальну, екологічну й технологічну стратегії. Фінансова стратегія припускає формування та використання фінансових ресурсів для реалізації корпоративної стратегії підприємства, вона дозволяє економічним службам підприємства створювати та змінювати фінансові ресурси, а також визначати їхнє оптимальне використання для досягнення цілей сталого розвитку підприємства. Важливість даної стратегії полягає у тому, що саме у фінансах, через систему економічних показників відображаються всі види діяльності підприємства та відбувається балансування функціональних завдань [11].

Управлінська стратегія представляє собою систему дій, спрямовану на задоволення інтересів підприємства. Вона містить у собі розроблення системних посадових інструкцій, положень про підрозділи, бізнес-процесів, створення гнучких організаційних структур управління підприємством. Посадові інструкції та положення про підрозділи, як системні документи, є

основою гнучкої організаційної структури управління підприємством у цілому. Вони повинні у повній мірі відображати діапазон відповідальності працівників і підрозділів підприємства, що є важливою умовою сталого розвитку підприємства у сучасних умовах [51].



Рисунок 2.1 – Фактори, що формують стратегічний рівень підприємства



Рисунок 2.2 – Фактори, які впливають на визначення заходів щодо стратегічного розвитку підприємства ресторанного господарства

Таким чином, для такої складної системи, як система управління підприємствами, характерна динамічна структурна стабільності, що зберігається безперервною заміною елементів цих систем, зумовлювана буферністю, саморегуляцією, швидкістю розвитку, фазою розвитку системи.

Системний підхід до вивчення стабільності складних систем вимагає дослідження як життєздатності окремих елементів системи, так і зв'язків між ними, тобто цілісного вивчення стабільності. Вивчивши теоретичні аспекти та проблеми формування стратегії сталого розвитку підприємств сфери послуг громадського харчування, було сформульоване поняття «сталий розвиток підприємства», певні види та фактори стабільності підприємств сфери послуг громадського харчування, подана їхня характеристика, сформульовані концептуальні принципи формування стратегії сталого розвитку підприємств сфери послуг громадського харчування та на їхній основі сформульовані концептуальні положення [27]. Обрані ознаки концепції закладу наведені у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Концепція комплексного закладу ресторанного господарства

Основні концепції	Характеристика ознак
Тип підприємства	Заклад ресторанного господарювання - ресторан
Клас закладу	вищий
Кулінарне спрямування закладу	Середземноморська кухня
Місце знаходження - фактичне	Окремо побудована споруда за адресою. м. Вінниця вул. Келецька 102
Контингент споживачів	Мешканці району Вишенька
Формат закладу	Повно сервісний
Формат виробництва	Повний цикл виробництва на сировині і напівфабрикатах, розроблення і впровадження інноваційної продукції з гідробіонтів
Кількість місць	Ресторан – 75 місць, бар – 25
Режим роботи:	12.00 до 23.00
Форма обслуговування	Обслуговування офіціантами
Дизайнерський стиль	Інтер'єр ресторану «Шалений тунець» в морській стилістиці

Загальну концепцію закладу «Шалений тунець» підкреслюватиме і меню, що складатиметься з вишуканих кулінарних шедеврів та архітектурні особливості закладу. Так з доступних і відносно дешевих матеріалів планується створити будівлю, що нагадуватиме дім майбутнього із скляними фасадами та сонячними батареями.

## 2.2 Характеристика виробничого процесу закладу

### 2.2.1 Виробнича програма закладу

Виробнича програма – це економічно обґрунтований план випуску всіх видів продукції підприємств ресторанного господарства, відображений у обсязі асортименті.

Виробнича програма є основою для визначення потреб у мережі підприємств обладнанні, сировині та матеріалах, чисельності працівників та інших показників.

Найважливішим кількісним показником виробничої програми є випуск страв. Важливе значення для розробки виробничої програми має вивчення організацією та підприємством соціально-економічних показників свого району діяльності. У зв'язку з цим об'єм виробничої програми залежить від попиту, на який впливає: склад населення, природні географічні особливості, традиції та звички, рівень цін [34].

Тому виробнича програма повинна складатись згідно попиту. Виробничою програмою для підприємств ресторанного господарства є планування.

Чисельність споживачів, що харчуються у залі, визначаємо за формулою:

$$N = P \cdot \eta \quad (2.1)$$

P - кількість місць у залі;



$\eta$  – оборотність одного місця за день.

$$N = 75 \cdot 3,5 = 263 \text{ (осіб)}$$

Складаємо графік завантаження зали, дані зводимо до таблиці 2.1

Кількість страв, що реалізується в залі, розраховуємо за формулою:

$$n = N \cdot m \quad (2.2)$$

де:  $m$  - коефіцієнт споживання страв.

Кількість продукції власного виробництва і покупних товарів визначаємо з використанням норм споживання на одного відвідувача (табл. 2.3).

Таблиця 2.2 – Графік завантаженості зали ресторану на 75 місця

Години	Оберненість	К-нт завантаження	Відвідувачі
10-11	1	0,4	5
11-12	1	0,4	10
12-13	0.5	0,6	12
13-14	0.5	0,7	15
14-15	1	0,7	10
15-16	1.5	0,7	20
16-17	1.5	0,8	30
17-18	1.5	0,9	40
18-19	1	0,9	44
19-20	1	1	45
20-21	1	1	30
21-22	1	0,9	20
22-23	1	0,9	20
Всього			263

Складаємо виробничу програму ресторан з урахуванням асортиментного мінімуму, рекомендованого для підприємства даного типу, і кількості продукції, що випускається, (табл. 2.4). Використовуємо збірники рецептурстрав кулінарних виробів [13, 22, 46, 69] і надаємо у таблиці 2.4.

Таблиця 2.3 – Розрахунок кількості страв та іншої продукції

Група страв	Одиницівиміру	К-т споживання	Кількість прод., порцій
Страви			
Холодні закуски	стр.	1.3	336
Супи	стр.	0.5	129
Другі страви	стр.	1.4	362
Солодкі страви	стр.	0.3	77
Всього			904
Інша продукція			
Гарячі напої	л	0.05	14
Холодні напої	л	0.2	52
Борошняні кондитерські вироби	шт.	0.3	77
Хлібобулочні вироби	кг	0.13	352
Фрукти	кг	0.05	12,9
Цукерки, шоколад	кг	0.02	5,2
Міцні алкогольні напої	л	0.05	12,9
Вино	л	0.1	25,9
Всього			270

Таблиця 2.4 – Виробнича програма ресторану

№ рецептур	Найменування страв	Вихід, г	Кількість порц.
	Фірмові страви		
1	Холодне плато морепродуктів	150	30
2	Гуакамоле з камчатським крабом	150	30
3	Сашимі з креветкою Карабинер	50	30
4	Закуска «Рибний пудинг з тунця»	100	20
5	Жилярдо Спеціаль з кавуновим	150	20
	Холодні закуски		
6	Лаваш з тунцем	300	30
7	Сьомга та форель малосольна	100	20
8	Холодець із судака	150	15
9	Міні млинці з льосем і сметаним кремом	200	20
10	Рибні рулетики з морської риби	150	20
11	Закусочні кошики з червоної ікри	50	30
12	Закусочні кошики з чорної ікри	50	30

Продовження таблиці 2.4

13	Крокети з тунцем	150	30
14	Карпатчо з лосося	50	30
	Другі страви		
15	Кальмари в клярі	150	20
16	Кальмари фаршеровані грибами	100	20
17	Запечений морський окунь	300	30
18	Горбуша запечена з овочами	100	20
19	Сирно-сирний рулет	100	15
	Гарніри	200	20
20	Овочі на пару	150	20
21	Макарони на бульоні	50	30
22	Баклажани в сметані	50	30
23	Смажена картопля по середземноморському	200	30

Розроблена виробнича програма (план-меню) ресторан є основою подальших розрахунків складських приміщень і виробничих цехів.

2.2.2 Склад приміщень на основі структурно-технологічної схеми виробництва у закладі ресторанного господарства

Особливістю зберігання сировини в складських приміщеннях підприємств ресторанного господарства є короткий термін її зберігання у порівнянні із зберіганням продуктів на великих продовольчих базах і холодильниках.

Складські приміщення підприємств ресторанного господарства діляться на дві групи: зі спеціальним охолодженням (охолоджувальні камери для зберігання м'яса, молочних продуктів, жирів і гастрономії, фруктів, ягід та напоїв; м'ясних, рибних та овочевих напівфабрикатів; готових охолоджених

страв; кулінарних виробів; кондитерських виробів; харчових відходів) і без спеціального охолодження (комора сухих продуктів; овочів; вино-горілчаних виробів; білизни та інвентарю; тари).

Безперебійне постачання підприємства сировиною є однією з основних умов його роботи. Кількість сировини для страв, що входять у виробничу програму підприємства, розраховуємо за формулою:

$$Q = \frac{q \cdot n}{1000}, \text{ кг}; \quad (2.3)$$

$q$  – норма сировини певного виду на одну страву, брутто, г;

$n$  – кількість страв з сировини цього виду (згідно з виробничою програмою).

Розрахунки виконують для кожної страви окремо за відповідними рецептурами, поданими в збірниках рецептур та інших нормативних документах.

Загальну кількість сировини певного виду, необхідної для реалізації виробничої програми, розраховують за формулою:

$$Q_{\text{заг.}} = Q_1 + Q_2 + \dots + Q_n = \sum \left( \frac{q \cdot n}{1000} \right), \text{ кг}; \quad (2.4)$$

$Q_1, Q_2, Q_n$  – кількість сировини певного виду для приготування окремих страв згідно з виробничою програмою, кг.

Загальну кількість продуктів, що підлягають зберіганню, визначають за формулою:

$$Q_{\text{заг.}} = Q_{\text{д.}} \cdot t, \text{ кг}; \quad (2.5)$$

$Q_{\text{заг.}}$  – загальна кількість продуктів для зберігання, кг;

$Q_{\text{д.}}$  – кількість продуктів, що переробляється за добу, кг;

$t$  – термін зберігання продуктів, діб.

Терміни зберігання визначаються з урахуванням періодичності завезення сировини і санітарних правил для продуктів, що швидко псуються.

Структурно-технологічна схема закладу ресторанного господарства (є індивідуальною для кожного типу підприємства) показує особливості системи забезпечення сировиною, взаємозв'язок між окремими лініями виробництва і

торгівельного процесу.

Характеристика організації виробничого процесу в ресторані така: у завантажувальній відбувається прийом сировини, після чого частина сировини направляється на обробку в цехи, а частина на зберігання в складські приміщення. В заготівельних цехах здійснюється первинна механічна обробка сировини та виготовлення н/ф для теплової обробки. В ресторані японської кухні буде організовано два заготівельні цехи: овочевий та м'ясо-рибний. В нашому закладі будуть функціонувати холодний та гарячий цехи.

В холодному цеху відбуватиметься приготування ролів та холодних закусок, а в гарячому цеху буде відбуватись приготування перших, других страв, гарячих напоїв, а також приготування солодких страв. В мийній кухонного посуду відбувається миття кухонного посуду та інвентарю. Мийна буде мати зручний зв'язок з заготівельними та доготовельними цехами.

В торгівельному залі буде здійснюватись реалізація страв та напоїв. Вона матиме зручний зв'язок з вестибюлем, роздавальною, мийною столового посуду. Вестибюльна група приміщень буде складатись з наступних приміщень: вестибюль який буде вхідною частиною до ресторану, в якому розміщуватиметься гардероб для відвідувачів. Гардероб призначений для зберігання верхнього одягу та особистих речей споживачів.

Реалізація страв буде здійснюватись через лінію роздачі, яка буде виходити в торгівельний зал ресторану.

Складаємо схему технологічного процесу в заготівельному цеху, для обробки овочів рисунок 2.3.

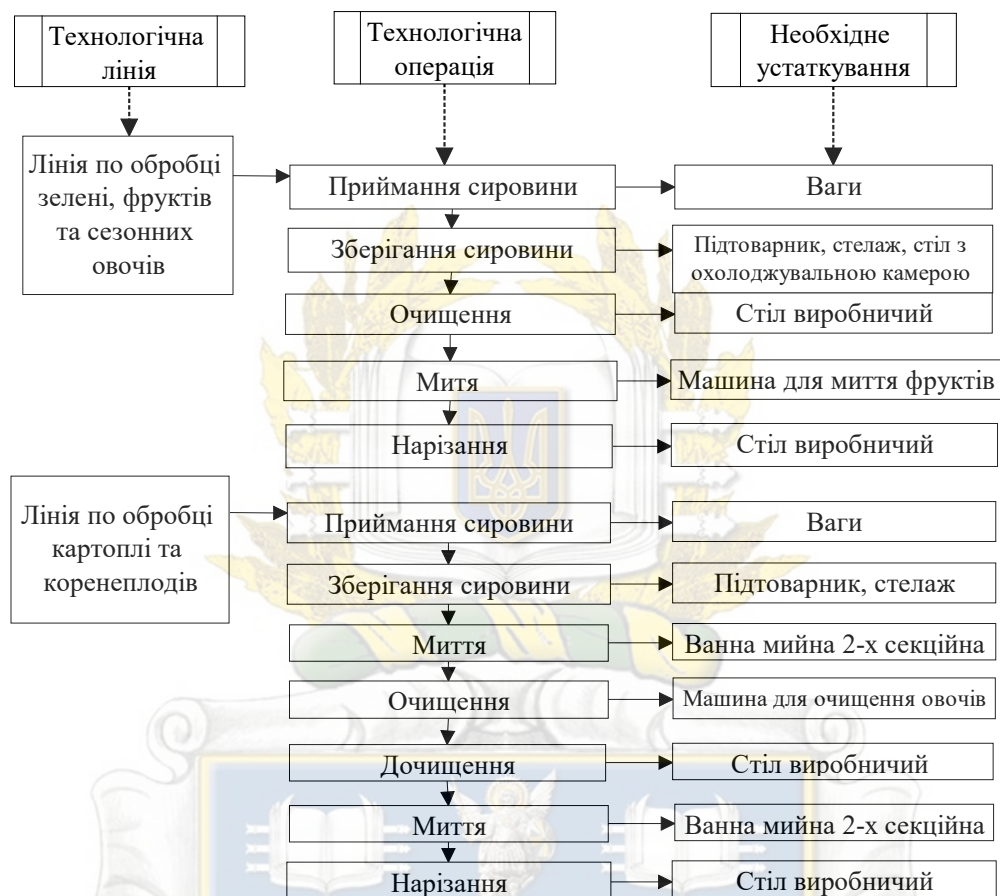


Рисунок 2.3 – Загальна схема технологічних ліній цеху механічної обробки овочів

В м'ясо-рибному цеху відбувається механічна обробка м'яса, птиці, риби, морепродуктів та виготовлення напівфабрикатів з них.

Оскільки, обсяги переробки окремих видів сировини в даному підприємстві невеликі, лінію по переробці птиці об'єднуємо з лінією по переробці м'яса, а лінію по переробці риби з лінією по переробці морепродуктів (рис. 2.4).

М'ясні та рибні напівфабрикати вироблятимуться з охолодженої сировини. При неможливості використати охолоджене м'ясо, птицю та рибу використовуватиметься морожена. Розморожування відбувається на столах або у ваннах на відкритому повітрі.

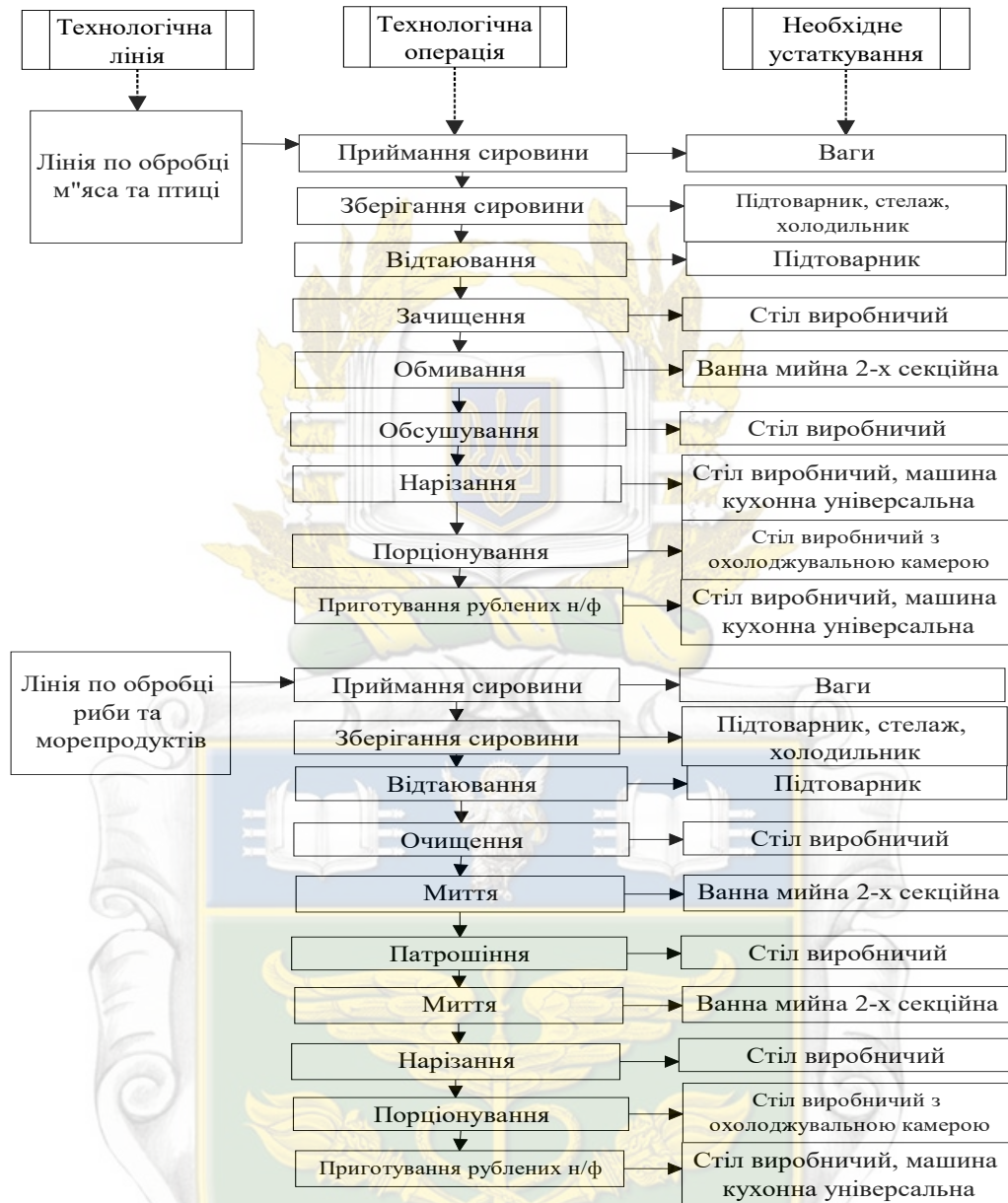


Рисунок 2.4 – Структурно-технологічна схема виробничого процесу м'ясо-рибного цеху

На основі структурно-технологічних схем роботаємо процес механічної обробки сировини табл. 2.5.

Загальну площу рибного м'ясного цеху визначаємо за формулою (2.3) :

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{об}} / \eta = 7,5 / 0,35 = 21,42 \text{ м}^2 \quad (2.3)$$

Приймаємо, що площа м'ясо-рибного цеху становить 21,42 м<sup>2</sup>

де  $S_{\text{прим}}$  – площа приміщення, м<sup>2</sup>;

$S_{\text{устатк}}$  - площа, яку займає устаткування, м<sup>2</sup>;

$\eta$  – коефіцієнт використання площі приміщення.

Таблиця 2.5 – Розрахунок устаткування та площі м'ясо-рибного цеху

Назва обладнання	Марка обладнання	Габарити, мм			Кількість обладнання, шт.	Корисна площа цеху, м <sup>2</sup>
		L	b	h		
Стіл виробничий	СП-2	1200	600	870	2	1,44
Стіл виробничий кутовий	СПК	1200	1200	870	1	1,44
Овочерізка	CL-20	270	280	380	1	На столі
Холодильна шафа	EKODISPLY	700	750	1870	2	1,05
Ваги настільні	CAS TR	580	290	600	1	На столі
Стіл виробничий	СП-111/950	950	600	870	4	2,28
Ванна мийна	BM-11/430	530	530	870	2	0,560
Рукомийник	P-4	550	450	20	1	0,25
Пересувний стелаж	СП	400	600	1600	2	0,48
Разом						7,5



Таблиця 2.6 – Розрахунок устаткування та площі овочевого цеху

Тип	Марка	Кількість, шт.	Габаритні розміри, мм		Площа обладнання, м <sup>2</sup>
			довжина	ширина	
Стіл виробничий	СП -3	3	1200	700	2,52
Ванна мийна	ВМ2	1	1100	700	1,1
Раковина для миття рук		1	500	400	0,20
Разом					3,82

Загальну площу овочевого цеху визначаємо за формулою (2.3) :

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{об}} / \eta = 3,82 / 0,35 = 10,9 \text{ м}^2$$

Приймаємо, що площа овочевого цеху становить 10,9 м<sup>2</sup>

Розраховані дані заносимо в табл. 2.6

До доготовівельних цехів на підприємстві, яке працює на сировині, відносять: гарячий та холодний цехи. Вони є головними виробничими підрозділами на підприємстві, так як в цих цехах сировина перетворюється в напівфабрикати у готові страви, які отримує споживач.

Таблиця 2.7 – Розрахунок устаткування і площі гарячого цеху

Назва обладнання	Марка обладнання	Габарити, мм			Кількість обладнан ня, шт.	Корисна площа, м <sup>2</sup>
		L	b	H		
Плита електрична індукційна	ПЕІ 6/21	1150	900	850	1	0,88
Фритюрниця електрична	ЕФ/7/4	520	440	390	1	На столі
Пароконвектомат	Rational Pro 11	880	850	1600	1	0,56
Рисоварка	SAMSUNG	440	440	400	3	На столі
Мікрохвильова піч	SAMSUNG	230	245	310	2	На столі
Водяна піч для Sous Vide	SV 250	240	400	350	1	На столі
Стіл з охолоджуючою поверхнею	G030-10 N	900	700	860	3	1.89
Ваги настільні	BE	270	260	500	1	На столі
Стіл виробничий	СП-950	950	600	870	8	4,56
Ванна мийна	ВМ 2	1000	600	840	2	1,2
Разом						9,09

Розрахунок гарячого цеху. Гарячий цех є центральною виробничою ділянкою підприємств харчування. В ньому здійснюється теплова обробка продуктів – одна з головних операцій технологічного процесу приготування їжі.

В табл. 2.7 показано розрахунок устаткування з перерахуванням в корисну площу гарячого цеху.

Користуючись формулою 2.3, визначаємо площу гарячого цеху:

$$S_{ц} = 9,09 / 0,35 = 25,9 \text{ м}^2$$

Приймаємо, що площа гарячого цеху становить 25,9 м<sup>2</sup>

Таблиця 2.8 – Розрахунок устаткування та площі холодного цеху

Тип	Марка	Кількість, шт.	Габаритні розміри, мм		Площа обладнання, м <sup>2</sup>
			Довжина	ширина	
Шафа холодильна	Polair 110 S	1	1400	700	0,98
Стіл виробничий	СПР	5	1200	800	4,8
Ванна мийна	ВМ2	1	1100	700	0,77
Стелаж виробничий	СТ	1	1200	600	0,72
Овочерізка	612Р	1	490	400	На столі
Машина для нарізання гастрономії	N-50	1	350	310	На столі
Соковижималка	PR	1	250	400	На столі
Ваги електроні	AB-5	2	350	325	На столі
Бачок для відходів	БО-300	2	300	300	0,18
Рукомийник		2	500	400	0,40
Разом					7,85

Користуючись формулою 2.8, визначаємо площу холодного цеху:

$$S_{ц} = 7,85 / 0,35 = 22,4 \text{ м}^2$$

Приймаємо, що площа холодного цеху становить 22,4 м<sup>2</sup>

Режим роботи заготівельних цехів залежить від режиму обслуговування клієнтів і планується так, щоб на момент відкриття залів всі страви, передбачені в меню, були готовими до реалізації. Цехи механічної кулінарної обробки сировини починають роботу за декілька години до початку роботи закладу.

Для зберігання запасу сировини, засобів матеріально-технічного забезпечення на підприємствах передбачається складська група приміщень. До

охолоджувальних належать м'ясо-рибна, молочно-жирова камери. До не охолоджувальних – комори сипучих і напоїв, овочів.

Площу, яку займають продукти в тарі, розраховують за формулою:

$$S_T = a \cdot b \cdot n_o, \text{ м}^2; \quad (2.6)$$

$a$  - довжина тари, м;  $b$  - ширина тари, м;

$n_o$  - кількість одиниць тари в основі, шт.

$$n_o = n; \text{ шт.}$$

(2.7)

$n_a$

$n$  - кількість одиниць тари всього, шт.

$Q$

$$n = \frac{Q}{c}, \text{ шт.};$$

(2.8)

$Q$  - кількість сировини, що зберігається, кг;  $c$  - ємність тари, кг;

$n_b$  - кількість одиниць тари у висоту, шт.

$$n_b = \frac{H}{h}, \text{ шт.};$$

(2.9)

$H$  - висота штабеля, м, приймається 1,5 м;  $h$  - висота одиниці тари, м.

Визначають площу, що займає тара окремо на підтоварниках ( $S_{пт}$ ) і на стелажах ( $S_{ст}$ ). Обчислену площу необхідно збільшити на 10 % з урахуванням нещільності розташування тари на обладнанні:

$$S_m^1 = 1,1 \cdot S_m \quad (2.10)$$

Кількість стелажів розраховують за формулою:

$$S_{ст}^{1 \text{ шт. ст.}} \cdot \Pi \cdot S_{ст}; \quad (2.12)$$

$S_{ст}$ ,  $S_{пт}$  - площа стандартних стелажа, підтоварника,  $\text{м}^2$ ;  $\Pi$  - кількість полиць стелажа, шт.

Загальна площа приміщень знаходиться з урахуванням відстаней між обладнанням, на проходи за формулою:

$$S_k S_{заг} \eta \text{ м}^2 \quad (2.13)$$

- корисна площа,  $\text{м}^2$ ;

$\eta$  – коефіцієнт використання площі.



### Розрахунок рибно – м'ясних камер

Риба та морепродукти надходять у вигляді охолоджених та напівфабрикатів у пластикових ящиках. Зберігаються вони на стелажах. Розрахунок площі під тарою надаємо у вигляді таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Розрахунок площі під тарою

Найменування сировини	Кількість, кг	Вид тари	Ємність тари, кг	Кількість тари	Габаритні розміри, мм		Кількість тарив основі	Обладнання	Корисна площа <sub>м<sup>2</sup></sub>
					l	b			
Риба	68,1	Ящик	10	7	390	370	3	стелаж	0,43
Морепродукти	50,96	Ящик	10	6	390	370	2	стелаж	0,28
Яловичина	15,8	Ящик	10	2	390	370	1	стелаж	0,14
Птиця	20,42	Ящик	10	3	390	370	2	стелаж	0,28
Судак	17,05	Ящик	10	2	390	370	1	стелаж	0,14
Сало	3,75	Ящик	10	1	390	370	1	стелаж	0,14
Разом									1,41

Визначаємо площу під тарою з урахуванням нещільності прилягання:

$$S_T = 1,15 \cdot 1,41 = 1,62 \text{ м}^2$$

(2.14)

Знаходимо корисну площу стелажу, враховуючи, що кількість полицок складає 4 (табл. 2.6).

Таблиця 2.10 – Розрахунок корисної площі

Найменування обладнання	Тип, марка	Площа під тарою, м <sup>2</sup>	Розміри, мм			Кількість	Корисна площа, м <sup>2</sup>
			l	b	h		
Стелаж	СПС-1	1,62/4	1050	500	2000	1	0,53
Разом		0,4					

Загальна площа камери складає:

$$0,53 S_{\text{заг}} / 0,4 = 1,33 \text{ м}^2 \quad (2.15)$$

Приймаємо збірно-розбірну камеру КХН-4,41 розміром 1360x1960x2200 площею 2,6 м<sup>2</sup> [26].

Визначаємо площу під тарою на стелажах з урахуванням нещільності прилягання:

$$S_T = 1,15 \cdot 2,08 = 2,39 \text{ м}^2$$

(2.16)

Визначаємо корисну площу камери (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Розрахунок корисної площі

Найменування обладнання	Тип, марка	Площа під тарою, м <sup>2</sup>	Розміри, мм			Кількість	Корисна площ а, м <sup>2</sup>
			l	b	h		
Стелаж	СВС-1	2,39/4	1050	840	2000	1	0,84
Разом		0,59					

Загальна площа камери складає: (2.17)

$$S_{\text{заг}} = \frac{0,84}{0,4} = 2,1 \text{ м}^2 \quad (2.17)$$

Загальна площа комори складає:  $S_{\text{заг}} = 1,5/0,4 = 3,75 \text{ м}^2$

Розрахунок комори сипучих продуктів і напоїв. Приймаємо одне приміщення для зберігання сипучих продуктів і напоїв. Зберігаються продукти на підтоварниках або стелажах. У коморі підтримується температура  $+15+18 \text{ }^\circ\text{C}$ , вологість повітря – 65 %. Визначаємо площу, яку займає технологічне обладнання (табл. 2.11, Додаток Є).

Визначаємо площу під тарою на підтоварниках з урахуванням нещільності прилягання:

$$S_T = 1,15 \cdot 3,47 = 3,99 \text{ м}^2.$$

Визначаємо площу під тарою на стелажах з урахуванням нещільності прилягання:

$$S_T = 1,15 \cdot 1,3 = 1,49 \text{ м}^2.$$

Визначаємо корисну площу комори (табл. 2.12).

Розрахунок корисної площі

Таблиця 2.12 – Розрахунок виробничих площ

Найменування обладнання	Тип, марка	Площа під тарою, м <sup>2</sup>	Розміри, мм			Кількість	Корисна площа, м <sup>2</sup>
			l	b	h		
Підтоварник	ПТ-1	3,99/4 0,99	1470	840	280	1	1,23
Стелаж	СПС-1	1,49/4 0,37	1000	500	2000	1	0,8
Разом							2,03

Загальна площа комори складає:  $S_{\text{заг}} = \frac{2,03}{0,4} = 5,07$  м<sup>2</sup>

Підбір інших складських приміщень. Окрім приміщень, які використовуються для зберігання продовольчих запасів, приймаємо в якості допоміжних приміщень групи та для зберігання матеріальних цінностей відповідно до норм СНиП наступні складські приміщення:

- завантажувальна – 15,0 м<sup>2</sup>;
- комора добового запасу – 6 м<sup>2</sup>

В коморі добового запасу для зберігання сировини приймаємо шафу холодильну-морозильну марки ШХ-0,7 об'ємом 700 л (735x884x2064).

Розрахунок загальної площі складської групи. На основі даних, отриманих в результаті попередніх розрахунків, визначаємо загальну площу групи складських приміщень, дані зводимо в таблицю 2.13.

Таблиця 2.13 – Зведена таблиця складських приміщень

Приміщення	Площа, м <sup>2</sup>
Охолоджені камери	
Рибо-м'ясна камера	21,42
Молочно-жирова камера	2,1
Всього площа камер	3,43
Неохолоджені комори	
Комора овочів	3,75
Комора сухих продуктів, напоїв	5,07
Завантажувальна	15,0
Комора добового запасу	6,0
Всього	29,82
Разом площа групи складських приміщень (не менше)	33,25

### 2.2.3 Технологічні процеси виготовлення кулінарної продукції

Асортиментом кулінарної продукції називається перелік страв, напоїв, кулінарних і кондитерських виробів, що реалізуються на підприємствах харчування і призначених для задоволення запитів споживачів [6, 22, 45].

При формуванні асортименту кулінарної продукції враховують різноманітні критерії: тип підприємства, клас, спеціалізацію, контингент харчуються, оснащеність підприємства, кваліфікацію кадрів та ін.

Для приготування страв з риби і морепродуктів використовують різні породи риб і застосовують різні способи кулінарної обробки риби і морепродуктів: варіння, припускання, тушкування, запікання, смаження [31, 36, 41, 48].

Варену і смажену рибу і морепродукти подають як гарячі самостійні страви, а також використовують для приготування холодних страв і закусок і гарячих закусок. Рибні страви готують в основному з риби морських порід, річкова риба використовується рідше. З нерибної сировини використовують в основному мідій, ракой і омарів.

Механічна обробка риби та приготування напівфабрикатів. Велику рибу розморожують у воді (не вище 18 °С) до температури в тілі риби - 1 °С, тоді вдається значно знизити втрати тканинного соку, а з ним і цінні смакові якості. Дрібну рибу рекомендується обробляти без попереднього відтавання.

Названий порядок відтавання риби рекомендується тому, що при розморожуванні м'язова тканина риби не відновлює своєї структури.

Вимочування солоної риби. Рибу вимочують двома способами: у змінному воді і в проточній. Для вимочування у змінному воді рибу поміщають у ванну з холодною водою (10 ... 12 °С).

У міру накопичення солі проводять періодичну заміну води (через 1, 2, 3 і 6 годин). Для вимочування проточною водою рибу поміщають у ванну, в



нижню частину якої надходить холодна вода, що виливається через трубу у верхній частині ванни. Час вимочування риби становить від 8 до 12 годин.

Оселедець після оброблення вимочують в молоці або настої чаю для додання м'ясу ніжності і аромату.

Оброблення риби. Оброблення залежить від анатомічних особливостей риби, її розміру і кулінарного призначення продукту.

Обробка риби з кістковим скелетом включає наступні операції: очищення від луски (у безлускатих риби - видалення шкіри), патрання, видалення голів і плавників, промивання, нарізування напівфабрикатів, пластування.

Оброблення лускатої риби. З лускатих риб спочатку знімають луску. Це робиться вручну або за допомогою скребка. При звичайному очищенні рибу кладуть на обробну дошку і, тримаючи лівою рукою хвостову частину, правою рукою за допомогою ножа або спеціальної терки видаляють луску. Рибу з щільно сидячою, яка важко відділяється лускою рекомендується ошпарити окропом, потім зішкребти луску тупою стороною ножа.

Після зняття луски у риби видаляють плавники. Якщо вони м'які, зручно користуватися ножицями. Якщо плавники колючі і великі, їх необхідно видалити до зняття луски. Для цього уздовж всього плавця з обох сторін роблять ножом надрізи, а потім, захопивши плавник рушником, висмикують його у напрямку від хвоста до голови (при варінні юшки плавники не видаляють)

Патрають рибу вручну: розрізають черевце, видаляють нутрощі і голову (у дрібної риби при обробленні голову залишають, але виймають зябра). При патрання стежать за тим, щоб не пошкодити жовчний міхур, але якщо це сталося, рибу треба негайно промити, а місце, на яке потрапила жовч, натерти сіллю або вирізати, інакше, риба придбає гіркий смак. Після видалення нутрощів зрізають плівку, яка покриває знизу хребетну кістку, вичищають нирки і зачищають темну плівку, що вистилає черевну порожнину. Якщо

плівка світла, її не видаляють. Через розріз у голови або розріз спинки потрошать рибу для фарширування. Через прорізає спинку потрошать рибу для приготування рулету (в основному це риба, що має великі спинні плавники).

Дрібну рибу і рибу середніх розмірів обробляють, не розкриваючи черевце. Для цього відокремлюють голову і з нею виймають частину нутрощів, через отвір, що утворився черевну порожнину зачищають.

Випатрану рибу ретельно промивають. Якщо риба не направляється на кулінарну обробку, а підлягає зберіганню, її піддають фіксації.

Фіксація - це витримування риби протягом 5 - 15 хв в 15 % -му розчині кухонної солі з температурою 4 - 6 ° С. У процесі фіксації верхній шар м'язової тканини охолоджується і насичується кухонною сіллю. Тим самим запобігає розмноженню мікроорганізмів і зменшуються втрати клітинного соку.

З патрання риби виходять два види напівфабрикатів: риба ціла з головою і риба ціла без голови (тушка). Ці напівфабрикати потім можна обробити на порційні шматки - кругляші.

Велику рибу зазвичай пластують. Для цього її розрізають уздовж хребта на дві частини: виходить філе з реберними кістками і філе з хребетної і реберними кістками. Для отримання чистого філе риби не очищають від луски, щоб при знятті шкіра не порвалася. Філе з шкірою без реберних кісток кладуть на дошку шкірою вниз і зрізають філе з шкіри.

#### 2.2.4 Загальна характеристика і класифікація групи страв ізгідробіонтів

Рибу класифікують за місцем і способом вилову, розміром або масою, характером покриву шкіри, термічним станом, будовою скелета, родинами і видами.

За місцем и способом вилову рибу поділяють на [31, 36, 38]:

- океанічну (зубатка, тунець, макрусус, нототенія, риба-шабля, риба-капітан);
- морську (тріска, камбала, палтус, пікша);
- прісноводну (стерлядь, налим, короп);
- прохідну, яка живе в морях, а нереститься в річках (осетрові, лососеві) або навпаки (вугор);
- напівпрохідні, які живуть в опріснених ділянках моря, а розмножуються в річках (лящ, сазан, су дак, сом тощо).

За розміром рибу поділяють на:

- дрібну (до 200 г);
- середню (1- 1,5 кг);
- велику (понад 1,5 кг).

За характером покриву шкіри рибу поділяють на:

- лускату;
- без луски;
- з кістковими лусками – «жучками».

До лускатої риби належать: судак, лящ, кета, лин, зубан, короп, карась та ін.; до без лускатої - сом, вугор, минь. Рибу з дрібного лускою (зубатка, навага) обробляють аналогічно тій, що без луски, тому її умовно відносять до цієї групи. «Жучками» (шипамі) вкрита осетрова риба.

За термічним станом розрізняють рибу:

- живу (витримувати температуру води при температурі 4 ... 8 °С);
- свіжоснулу;
- охолоджену (температура – 1...5 °С); надходить у заклади ресторанного господарства нерозібраною, патраною з головою, патраною без голови.

Риба є сировиною з високим вмістом повноцінних білків і добре збалансованим складом амінокислот, поліненасичених жирних кислот, включаючи унікальні ейкозопентаєнову і докозогексаєнову, мінеральних речовин і вітамінів. Поліненасичені жирні кислоти захищають організм від

серцевої недостатності. Особливе значення має метіонін, що відноситься до противосклеротичних речовин [5, 39, 43, 53].

При використанні білків в якості збагачувачів, наповнювачів і функціональних інгредієнтів мають значення такі функціональні властивості білків, як водо- і жирозв'язуюча здатність, адгезійні властивості, значення рН і буферна ємність, утворення в'язких мас і гелів. Тому при розробці технології нових полікомпонентних продуктів доцільно звернути увагу на фракційний склад білкового компонента, що обумовлює фізико-хімічні та реологічні властивості харчових систем [47, 59].

У м'язовій тканині містяться саркоплазматичні білки, до яких відносяться міофібрилярні білки (міозин, актин, актоміозин і ін.). Білки межфібрилярних плазм (міоген, альбумін, глобулін та ін.), А також білки сарколеми - оболонки м'язового волокна і пов'язаної з нею сполучної тканини ендомізії і перемізії (колаген, еластин), білки ядра м'язового волокна (нуклеопротейни, фосфопротейди) [54].

До складу м'яса риб, як і теплокровних тварин, входять головним чином прості, переважно солерозчинні білки типу глобулінів - міозин (група споріднених білків миозинов), актин, актоміозин і в невеликій кількості тропоміозин, глобулін Х. Ці білки утворюють міофібрили м'язових клітин і в сумі складають більше половини всіх білкових речовин м'яса риб [55].

Найбільш важливим з усіх м'язових білків є міозин зважаючи на його кількісну перевагу і особливі біологічні властивості - наявності ферментної активності і здатності при певних умовах з'єднуватися з актином, утворюючи комплекс актоміозину. Останній обумовлює скорочення м'язів під час механічної роботи і при посмертному задубінні. Ферментною активністю, крім міозину, володіє міоген, каталізує окисні перетворення вуглеводів (глікогену і гексози).

Наступну, найбільш значну фракцію білків, що становить до 20-25 % всіх білкових речовин, представляють водорозчинні білки типу альбумінів - міоген

(міоген А і Б) - 6-8 %, міоальбумін – 7 %, що входять також до складу саркоплазми. Більшість з саркоплазматичних білків є ферментами і прискорюють біохімічні процеси при акумулюванні та переробці рибної сировини.

Крім зазначених білків до складу м'язових волокон входять нерозчинні в воді і розчинах нейтральних солей, але розчинні в слабких розчинах лугів і кислот нуклеопротейни (білки клітинних ядер) і інші складні білки. Нуклеопротейди складаються з простих білків - гістонів або протаминов, фосфорної кислоти, вуглеводу - рибози або дезоксирибози і пуринових (аденін, гуанін) або піримідинових (цитозин, урацил, тимін) підстав. Раніше денатуровані білки міофібрил і саркоплазми.

У м'ясі риб міститься також невелика кількість нерозчинних у воді, розчинах солей, лугів і кислот білкових речовин (протеїноїдов), що входять до складу сарколеми м'язових волокон і сполучної тканини (міосепт і ендомізія). Ці речовини, звані зазвичай білками строми або сполучнотканинними білками, представлені в основному колагеном. При кип'ятінні у воді він переходить в клей або глютин, чим пояснюється деяка клейкість (липкість) відвареного м'яса свіжої риби, а також застигання рибних відварів. У костистих риб колаген складає 2-4 % всіх білкових речовин м'яса, у деяких видів - до 5-7 % (судак, щука і ін.). У м'ясі хрящових риб міститься 8-10 % колагену всіх видів білків [57].

Білки м'яса риб відрізняються за своїм складом від білків м'яса наземних тварин високим вмістом міофібрилярних білків і низьким вмістом білків строми.

Крім білкових речовин, в м'язовій тканині риби завжди присутні азотисті небілкові сполуки, що є продуктами постійного перетворення (метаболізму) білків. Одні білки розпадаються, інші видозмінюються, треті синтезуються, і при цьому виділяються окремі фрагменти білків, що містять азот і отримали назву екстрактивних речовин. Вони витягуються теплою водою з тканин риби.

Білкові речовини м'язової тканини не тільки впливають на харчову та біологічну цінність м'яса, а й зумовлюють стан фізико-хімічних, структурно-механічних і технологічних показників сировини (липкість, в'язкість, вологозв'язуючу здатність, рН і т. д.) і готової продукції.

### 2.3 Характеристика процесу надання послуг у торговельній залі ЗРГ

Задоволення попиту є первинною місією закладу ресторанного господарства, тому, відповідно до концепції, його роботу орієнтують, на обраний контингент споживачів. Тому роботу виробничого процесу починають із розробки фірмового сервісу.

В цьому пункті кваліфікаційної роботи, відповідно до обраної концепції закладу, необхідно визначити номенклатуру послуг, розрахувати обсяги матеріально-технічного та кадрового забезпечення цих послуг, а саме:

- склад приміщень для здійснення процесу обслуговування (з організації споживання продукції і послуг, з реалізації кулінарної продукції, з організації дозвілля, з надання інформаційно-консультативних, інших послуг);
- модель процесу обслуговування;
- кількість обслуговуючого персоналу;
- обґрунтувати способи подавання страв.
- кількість та номенклатуру меблів, торговельно-технологічного устаткування для забезпечення процесу обслуговування (місткість, форма, розстановка та ін.);
- номенклатура предметів для індивідуального та групового сервірування;
- надання інших послуг (послуги паркування, продаж сувенірів, квітів, пакування продукції, надання доступу до мережі інтернет, факсу, надання залів для проведення ділових зустрічей, тощо).

Просторове забезпечення сервісного процесу приводять у вигляді схеми.

Приклад схеми наведений на рис. 2.5.



Рисунок 2.5 – Просторове забезпечення сервісного процесу

Визначення складу приміщень для здійснення процесу обслуговування (організація споживання продукції і послуг, реалізація кулінарної продукції і дозвілля, надання інформаційно-консультативних та інших послуг) необхідно починати з вестибюльної групи приміщень. В описовій формі необхідно охарактеризувати кожне приміщення:

**Вестибюль:** слугує для входу відвідувачів до закладу. Тут передбачається розміщення гардеробу, санвузлів для відвідувачів та сходів, у разі вибору багатоповерхового об'ємно-планувального рішення.

**Аванзал:** призначений для збору груп гостей, зустрічі відвідувачів метрдотелем або хазяйкою залу (хостес), прийняття замовлень на бенкети, інші заходи. Переважно він є перехідним, до торговельної зали приміщенням. Інколи, за браком відокремленого приміщення, його організують за рахунок частки торговельної зали, відгороджуючи декоративним елементами, диванами тощо. Аванзал може бути обладнаний аудіо та відеотехнікою, телефонним зв'язком.

Гардероб: відгороджене приміщення (зона) із декоративно-зйомним (легкі конструкції з металу або дерева) або стаціонарне (перегородка) огороженням. Перед гардеробом установлюються бенкетки для відвідувачів.

Санвузли: до структури цих приміщень входять вхідні тамбури, туалетна кімната, кабінки вбиралень і кімната туалетника, яка розміщується між жіночим та чоловічим відділенням.

При вирішенні стилістики санвузлів бажано витримувати загальну концепцію закладу. Управління освітленням та системою витяжної вентиляції комбінується для одночасного вмикання.

Дизайнерські рішення в оформленні приміщень санвузлів можуть включати в себе використання предметів образотворчого мистецтва, копій картин, листівок, плакатів, аматорських фотографій, декоративні вази (в тому числі напільні), вази з композиціями із живих квітів, букетами квітів, кімнатними рослинами тощо.

Тамбури санвузлів слугують перехідними зонами між власне санвузлами та іншими приміщеннями для відвідувачів.

Туалетна кімната – роботається в закладах з обслуговуванням офіціантами у шлюзах вбиралень. В інших закладах (швидкого обслуговування, лікувально-профілактичного та оздоровчого спрямування, їдальнях при навчальних закладах тощо) у вестибулях або окремих приміщеннях для відвідувачів слід передбачати додатково по одному умивальнику на кожні 50 місць в залах, в закусточних без вестибулів умивальники дозволяється встановлювати в залі.

У закладах клубного типу за необхідністю можуть бути встановлені автомати для продажу (видачі):

- жіночих панчішних виробів;
- кондомати;
- тощо.

Кількість умивальників визначається в залежності від типу закладу. При визначенні структури та розмірів вбиралень враховують наступне:



- в закладах всіх типів незалежно від місткості наявність вбиралень обов'язкова. обов'язкова наявність окремих вбиралень для чоловіків та жінок для ресторанів всіх класів; барів класів люкс та вищий; кафе, де застосовано метод обслуговування офіціантами; їдалень.

- наявність окремих вбиралень для чоловіків та жінок не обов'язкова в барах першого класу, закусочних, кафетеріях;

- можлива наявність в одному приміщенні чоловічої та жіночої вбиралень в закладах ресторанного господарства місткістю до 50 місць;

- в закладах ресторанного господарства місткістю до 50 місць, в разі дотримання санітарно-гігієнічних норм, дозволено користуватись вбиральною персоналові і споживачам.

Кімната туалетника. Туалетник постійно підтримує зразковий санітарний стан у санвузлах, забезпечує наявність необхідної кількості засобів гігієни, дезінфікує та дезодорує приміщення. Туалетник може надавати додаткові послуги (почистити одяг, взуття або пришити гудзик) використовується для зберігання прибирального інвентарю, засобів гігієни.

Кімната для паління. Передбачається при забороні палити у торговельній залі. Обладнується місцями для сидіння (дивани, крісла, напівкрісла, стільці із покриттям, що не є легкозаймистим), столиками з кам'яними кришками, попільницями, в тому числі і на високих ніжках. При створенні інтер'єру цього приміщення використовуються незаймисті матеріали забезпечується інтенсивною витяжною вентиляцією.

Торговельна зала. За призначенням поділяють на зали загального призначення та бенкетні (VIP-зали).

VIP-зали є спеціальними і призначені для прийому невеликої кількості гостей з певного приводу. Бенкетних залів може бути декілька з різними інтер'єрами, меню, способами подавання страв і напоїв.

Інтер'єр залів оформлюють відповідно до обраної концепції. Підбір меблів повинен відповідати загальній ідеї закладу та запитам потенційних відвідувачів.

Площа залів визначається за нормативами: 1,4-2,2 м<sup>2</sup> на 1 місце в закладі (залежить від способу прийому їжі, форм обслуговування, класу та типу закладу). До складу зали включають такі зони:

- естрада (для музичних та шоу-програм) - 8 -10 м<sup>2</sup>;
- танцмайданчик в залі – 0,125 – 0,2 м<sup>2</sup> на одне місце;
- проходи в залах (мінімальні відстані між торцями столів чи стільцями, які висунуті у робочий стан:
  - основний – 1,2-1,5 м;
  - додатковий (розподілення потоків) – 0,9-1,2 м;-
  - підхід до місць – 0,6-0,8 м.

Розрахунок площі бенкетної зали здійснюється за нормативом площі на одну особу:

- при бенкеті за столом – 1,5–2 м<sup>2</sup>
- при бенкеті-фуршет – 0,4–0,6 м<sup>2</sup>

Мінімальні розміри місця за столом на 1 відвідувача:

- їдальні при промпідприємствах, вузах, ПТУ – 400 x 400 мм;
- інші підприємства – 600 x 400 мм.
- ресторани:
  - повсякденне обслуговування – 600–800×500 мм;
  - бенкетне обслуговування за столом – 800–1000×700 мм;

Розрахунок функціональної довжини бенкетного столу ведеться за формулою:

- при лінійному розташуванні бенкетного столу з одностороннім підходом:

$$L = l \times N, \quad (2.22)$$

де  $l$  – довжина одного куверту, м;

$N$  – кількість гостей бенкету, чол.

- при лінійному розташуванні бенкетного столу з двостороннім підходом:

$$L = \frac{l \times N}{2}, \quad (2.23)$$

де  $l$  – довжина одного куверту, м;

$N$  – кількість гостей бенкету, чол.

- при розташуванні бенкетного столу у вигляді літер Т, П, Ш:

$$L = l_1 \times N_1 + \frac{l_2 \times N_2}{2}, \quad (2.24)$$

де  $l_1$  – довжина одного куверту почесного гостя, м;

$N_1$  – кількість почесних гостей бенкету, чол.;

$L_2$  – довжина одного куверту інших гостей, м;

$N_2$  – кількість інших гостей бенкету, чол.

Підводячи підсумки, у другому розділі опрацьовано аналіз концептуальних засад діяльності ресторану «Шалений тунець». Охарактеризовано виробничий процес та виробничу програму закладу на основі структурно – технологічної схеми виробництва. Обґрунтовано технологічний процес виготовлення аналогу страви – «Манний пудинг».

Також, склали структурно-технологічні схеми виробництва та описали приміщення для комфортного відпочинку гостей.

### РОЗДІЛ 3

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ

### 3.1 Розроблення та впровадження новітніх рецептур ресторанної продукції

Для приготування страв з риби і морепродуктів використовують різні породи риб і застосовують різні способи кулінарної обробки риби і морепродуктів: варіння, припускання, тушкування, запікання, смаження, в поєднанні з плодовоовочевою сировиною [17, 24, 60].

Варену і смажену рибу і морепродукти подають як гарячі самостійні страви, а також використовують для приготування холодних страв і закусок і гарячих закусок [42]. Рибні страви готують в основному з риби морських порід, річкова риба використовується рідше. З нерибної сировини використовують в основному мідій, ракої і омарів [52].

Механічна обробка риби та приготування напівфабрикатів. Велику рибу розморожують у воді (не вище 18 °С) до температури філе риби - 1 °С, тоді вдається значно знизити втрати тканинного соку, а з ним і цінні смакові якості. Дрібну рибу рекомендується обробляти без попереднього розморожування.

Названий порядок відтавання риби рекомендується тому, що при розморожуванні м'язова тканина риби не відновлює своєї структури [35].

Вимочування солоної риби. Рибу вимочують двома способами: у змінному воді і в проточній. Для вимочування у змінному воді рибу поміщають у ванну з холодною водою (10 ... 12 °С).

Оброблення риби. Оброблення залежить від анатомічних особливостей риби, її розміру і кулінарного призначення продукту.

Обробка риби з кістковим скелетом включає наступні операції: очищення від луски (у безлускатих риби - видалення шкіри), патрання, видалення голів і плавників, промивання, нарізування напівфабрикатів, пластування.

Оброблення лускатої риби. З лускатих риб спочатку знімають луску. Це робиться вручну або за допомогою скребка. При звичайному очищенні рибу кладуть на обробну дошку і, тримаючи лівою рукою хвостову частину, правою рукою за допомогою ножа або спеціальної терки видаляють луску. Рибу з щільно сидячою, яка важко відділяється лускою рекомендується ошпарити окропом, потім зіскребти луску тупою стороною ножа.

Після зняття луски у риби видаляють плавники. Якщо вони м'які, зручно користуватися ножицями. Якщо плавники колючі і великі, їх необхідно видалити до зняття луски. Для цього уздовж всього плавця з обох сторін роблять ножем надрізи, а потім, захопивши плавник рушником, висмикують його у напрямку від хвоста до голови (при варінні юшки плавники не видаляють).

Патрають рибу вручну: розрізають черевце, видаляють нутрощі і голову (у дрібної риби при обробленні голову залишають, але виймають зябра). При патрання стежать за тим, щоб не пошкодити жовчний міхур, але якщо це сталося, рибу треба негайно промити, а місце, на яке потрапила жовч, натерти сіллю або вирізати, інакше, риба придбає гіркий смак. Після видалення нутрощів зрізають плівку, яка покриває знизу хребетну кістку, вичищають нирки і зачищають темну плівку, що вистилає черевну порожнину. Якщо плівка світла, її не видаляють. Через розріз у голови або розріз спинки потрошать рибу для фарширування. Через прорізає спинку потрошать рибу для приготування рулету (в основному це риба, що має великі спинні плавники).

Дрібну рибу і рибу середніх розмірів обробляють, не розкриваючи черевце. Для цього відокремлюють голову і з нею виймають частину нутрощів, через отвір, що утворився черевну порожнину зачищають.

Випатрану рибу ретельно промивають. Якщо риба не направляється на кулінарну обробку, а підлягає зберіганню, її піддають фіксації [6].

Фіксація - це витримування риби протягом 5 - 15 хв в 15 % -му розчині кухонної солі з температурою 4 - 6 °С. У процесі фіксації верхній шар м'язової тканини охолоджується і насичується кухонною сіллю. Тим самим запобігає розмноженню мікроорганізмів і зменшуються втрати клітинного соку.

З патрання риби виходять два види напівфабрикатів: риба ціла з головою і риба ціла без голови (тушка). Ці напівфабрикати потім можна обробити на порційні шматки – кругляші [35].

Велику рибу зазвичай пластують. Для цього її розрізають уздовж хребта на дві частини: виходить філе з реберними кістками і філе з хребетної і реберними кістками. Для отримання чистого філе риби не очищають від луски, щоб при знятті шкіра не порвалася. Філе з шкірою без реберних кісток кладуть на дошку шкірою вниз і зрізають філе з шкіри.

Розробку нової рецептури здійснювали на основі страви – аналогу «Пудингу манного», враховуючи норми витрат сировини при механічному і тепловому оброблянні, визначаємо норми закладання сировини масою нетто і бруutto, масу напівфабрикатів.

Аналіз рецептурного складу і технології страв-аналога передбачає:

- підбір страви – аналога, на основі яких передбачається розробляти нові страви;
- аналіз основних компонентів, які входять в склад страви-аналога;
- розглянути технологію приготування страви-аналога;
- аналіз технологічного процесу приготування страви – аналога.

За аналог при розробці страви прийнята рецептура «Пудинг манний».

Аналіз рецептурного складу наведений в таблиці 3.1

Здебільшого пудинг це класичний англійський десерт, але в даному випадку ми розробили рецептуру і технологію оригінальної гарячої закуски з риби, температура подачі, якої 60-65 °С. В якості основної сировини використали філе риби тунця, а манні крупи замінили на пшеничне борошно.

Також рибні пудинги виготовляють для дитячого харчування [49]. Розроблена рецептура нової страви наведена в таблиці 3.2

Таблиця 3.1 – Аналіз рецептурного складу страви-аналога «Пудинг манний»

Найменування продуктів	Кількість, г		Масова частка в % до маси напівфабрикату	Вимоги до якості сировини
	брутто	нетто		
Крупа манна	45	45	31,2	ДСТУ 7698:2015
Молоко	52	52	30	ДСТУ 2661:2010
Яйця	1/2 шт.	20	4,6	ДСТУ 5028:2008
Вода	100	100	1	ДСТУ 27384:2005
Цукор	2	2	1	ДСТУ 4623:2006
Масло вершкове	10	10	13,8	ДСТУ 4399:2005
Сметана	30	30	30	ДСТУ 4418:2005
Вихід	–	180	100	

Таблиця 3.2 – Розроблення рецептур і технологія страви «Рибний пудинг з тунця»

Найменування продукту	Кількість, г			Вимоги до якості сировини
	брутто	нетто	порція	
Риба (філе тунця)	350	350	87,5	ДСТУ 4378:2005
Борошно пшеничне	100	100	25	ГСТУ 46.004-99
Молоко	250	250	62,5	ДСТУ 2661:2010
Масло вершкове	70	70	17,5	ДСТУ 4399:2005
Сир моцэрала	50	50	12,5	ДСТУ 4395:2005
Яйця (меланж)	160	160	40	ДСТУ 8719:2017
Панірувальні сухарі	20	20	5	ДСТУ 8708:2017
Вихід		1000	250	

#### Технологія приготування «Рибний пудинг з тунця»

Борошно просіюють, пасерують з маслом вершковим, охолоджують до температури 70 °С, додають попередньо прокип'ячене і охолоджене до температури 70 °С молоко, розводять до однорідної маси. Отриману суміш проварюють при температурі 95-97 °С, протягом 6 хв. В готову охолоджену

масу додають попередньо подрібнене на м'ясорубці філе риби тунця, сіль, спеції та подрібнений сир - моцарелу та протерті яєчні жовтки добре вимішують.

Перемішують і додають збиті в піну яєчні білки. Після цього викладають масу в змащену маслом і посипану сухарями форму запікають. Страву подають гарячою, температура – 60 °С.

Технологічна схеми приготування страви «Рибний пудинг з тунця» наведена на рисунок 3.3 (Додаток Ж).

Органолептичні випробування є одним із основних методів контролю якості продукції і широко застосовується в усіх галузях харчової промисловості.

Вони включають оцінку зовнішнього вигляду, кольору, смаку, запаху (аромату), і консистенції за допомогою органів відчуття людини – зору, смаку, нюху, дотику і слуху.

Аналіз відчуттів розпочинається в органах відчуттів і закінчується в корі головного мозку. Кожний орган чуття сприятливий тільки до визначеного виду подразнення.

Оцінка якості харчових продуктів за допомогою органів чуття здійснюється шляхом приведення дегустації.

Основна мета дегустації – співставлення поглядів про зовнішній вигляд, колір, запах, консистенцію, смак кожного зразку.

При проведенні дегустації визначення органолептичних показників якості проводять в наступному порядку: візуальне визначення зовнішнього погляду, кольору, визначенні запаху і смаку.

Якість розроблених страв визначимо за органолептичною оцінкою за 5-ти бальною шкалою. Основні показники (критеріями), за якими оцінюватимемо страви: зовнішній вигляд, смак і запах, консистенція. Бальну шкалу якості страв зводимо в таблицю 3.3.



Таблиця 3.3 – Бальна оцінка якості розробленої страви «Рибний пудинг з тунця»

Показники	Зовнішній вигляд	Запах	Смак	Консистенція
1	Привабливий зовнішній вигляд, добре оформлений	Приємний запах та складових компонентів страви без сторонніх запахів	Приємний смак картоплі та складових компонентів страви без сторонніх присмаків	Ніжна соковита
2	Привабливий зовнішній вигляд	Запах та складових компонентів страви без сторонніх запахів	Смак картоплі та складових компонентів страви без сторонніх присмаків	Соковита

Результати органолептичної оцінки розроблених страв наведено в таблиці 3.4.

Назва	Зовнішній вигляд	Запах	Смак	Середній бал
Страва «Рибний пудинг з тунця»	5	5	5	5

### 3.2 Характеристика контрольно-критичних точок технологічного процесу виготовлення розробленої продукції

Система аналізу небезпек і критичних точок контролю забезпечує контроль на всіх етапах виробництва харчових продуктів, будо-якій точці процесу виробництва, зберігання та реалізації продукції, де можуть виникнути небезпечні ситуації. При цьому особлива увага направлена на критичні точки контролю, в яких всі види ризиків, пов'язані з використанням харчових продуктів можуть бути попереджені, усунені або знижені до припустимих рівней в наслідок цілеспрямованих заходів контролю. Для запровадження системи НАССР виробники зобов'язані не лише досліджувати свій власний продукт та засоби виробництва, але й використовувати цю систему та її вимоги до постачальників сировини, допоміжним матеріалам, а також системи

оптової та роздрібною торгівлі. Система НАССР не є системою відсутності ризиків. Вона розрахована на зменшення ризиків, що викликані можливими проблемами з безпекою харчовою продукцією.

Основними методами системи є аналіз ризиків та небезпек, визначення потенційних дефектів продукції по відношенню до виробничих факторів (критичні контрольні точки), профілактичний (превентивний), а не последуючий (реагуючий) контроль, звітність та відповідальність.

НАССР — це інструмент управління, що забезпечує більш структурований підхід до контролю ідентифікованих небезпечних факторів, у порівнянні з традиційними методами, такими як інспектування та контроль якості. Використання системи ХАССП дозволяє перейти від випробування кінцевого продукту до розробки превентивних методів. Поява міжнародних стандартів ISO серії 22000 започатковує наближення та встановлення еквівалентних (рівнозначних) вимог до рівня безпечності харчових продуктів для всіх учасників глобалізованого продовольчого ринку.

Отже НАССР буде відігравати все зростаючу роль у практичних заходах з безпечності харчових продуктів не лише як система, обрана окремими країнами, але й на загальносвітовому рівні, вносячи свій вклад у розширення міжнародної торгівлі.

Переваги впровадження системи ХАССП НАССР — це потужна система, що може застосовуватися до великого спектру простих і складних операцій. Вона використовується для забезпечення безпечності харчових продуктів протягом усього ланцюга виробництва і реалізації харчового продукту. Для впровадження системи ХАССП виробники повинні досліджувати не тільки їх власний продукт і методи його виготовлення. Постає завдання застосовувати такі ж вимоги і до постачальників сировини і допоміжних матеріалів, системи дистрибуції та роздрібною торгівлі.

Правильне запровадження системи НАССР надає виробнику багато переваг економічного та управлінського характеру:

- Застосування НАССР є підтвердженням виконання виробником законодавчих і нормативних вимог.
- НАССР засвідчує високий рівень свідомості та відповідальності виробника перед споживачем.
- НАССР дозволяє підприємствами забезпечити стабільно високий рівень безпечності харчових продуктів, і завдяки довірі споживачів в умовах зростаючої конкуренції зберегти та розширити свою частку на внутрішньому ринку України.
- Запровадження НАССР дозволяє здійснити розширення експортних ринків, адже в багатьох країнах світу НАССР є обов'язковою
  - законодавчо встановленою вимогою.
  - Застосування НАССР переносить акценти з випробування кінцевого продукту на використання превентивних методів забезпечення безпечності під час виробництва та реалізації продукції, сприяючи більш раціональному використанню ресурсів.
  - Правильно проведений аналіз небезпечних чинників дозволяє виявити приховані небезпеки і направити відповідні ресурси в критичні точки процесу.
  - Зменшення втрат, пов'язаних із негативними наслідками повернень продукції, харчових отруєнь та інших проблем безпечності харчових продуктів. НАССР може інтегруватися в загальну систему управління, достатньо органічно поєднуючись з іншими управлінськими концепціями — управління якістю (стандарти ISO серії 9000), управління довкіллям (стандарти ISO серії 14000) тощо.

При розробці системи ХАССП, команда експертів використовує ряд принципів. Такий підхід включає ідентифікацію й аналіз небезпечних чинників, пов'язаних із усіма етапами виробництва харчових продуктів, починаючи з приймання сировини і закінчуючи відвантаженням продукції кінцевому споживачу. Біологічні, хімічні і фізичні небезпечні чинники розглядаються з огляду їх впливу на безпеку продукту. У результаті аналізу небезпечних чинників визначаються Критичні Точки Контролю (КТК). Потім розробляються

критичні межі для кожної КТК, а також процедури моніторингу і ведення записів. Ефективність системи НАССР залежить від процедур перевірки, застосовуваних для підтвердження того, що система працює.\

Таким чином, в основу системи покладено сім основоположних принципів:

- Проведення аналізу небезпечних чинників.
- Визначення критичних точок контролю (КТК).
- Встановлення критичної межі (меж).
- Встановлення процедур моніторингу КТК (Хто? Коли? Як?).
- Встановлення коригувальних дій, що мають вживатися коли моніторинг вказує на вихід конкретної КТК з-під контролю.
- Встановлення процедур перевірки для упевненості, що система ХАССП працює ефективно.
- Встановлення документування всіх процедур та записів, що мають відношення до цих принципів та їх застосування.

Харчовим продуктам можуть загрожувати небезпечні чинники біологічного походження. Їх джерелом може бути сировина, або вони можуть виникати на певних етапах технологічної обробки, що застосовується для виробництва кінцевого продукту. Біологічні чинники поділяються на такі групи:

- мікроорганізми;
- бактерії;
- віруси;
- паразити;
- гриби;
- дріжджі.

Забруднення хімічного характеру може трапитися на будь-якому етапі процесу виробництва та обробки. Хімічні речовини можуть бути корисними та спеціально додаватися до деяких продуктів, наприклад, пестициди застосовуються у вирощуванні фруктів та овочів. Хімічні речовини не

становлять небезпеки, якщо вони використовуються правильно, або перебувають під контролем. Потенційний ризик для споживачів підвищується, коли вміст хімічних речовин не контролюється, або коли рекомендовані норми перевищуються. Присутність хімічної речовини не завжди становить небезпеку. Чи є вона небезпечною, чи ні, залежить від її кількості. Токсичний ефект деяких хімічних речовин виявляється тільки у випадку піддавання їхньому впливу протягом тривалого часу. Щодо таких речовин нормами встановлюються певні обмеження.

Хімічні небезпечні чинники можна розділити на три категорії:

- хімічні речовини, що виникають природнім шляхом;
- спеціально додані хімічні речовини;
- неспеціально або випадково додані хімічні речовини.

До небезпечних чинників фізичного походження відносяться будь-які потенційно шкідливі сторонні предмети, яких звичайно у харчових продуктах немає. Якщо помилково спожити сторонній матеріал або предмет, це, вірогідно, призведе до задухи, фізичного пошкодження або інших шкідливих наслідків для здоров'я. Саме на фізичні небезпечні чинники споживачі скаржаться найчастіше, бо травма виникає одразу або незабаром після споживання їжі, і джерело небезпеки виявити легко.

Прикладами матеріалів, які можуть становити фізичну небезпеку можуть бути: Скло, метал, каміння — якщо потрапляє в продукти харчування спричиняє порізи, кровотечі, пошкодження ротової порожнини та шлунково-кишкового тракту; для виявлення або видалення може бути потрібне хірургічне втручання.

Фактично, в контексті безпечності харчових продуктів, найважливіші люди — це виробничий персонал, (оператори), які контролюють критичні точки. Але ці посади, як правило, є найбільш низькооплачуваними, недооціненими та найменш мотивованими. НАССР передбачає шлях удосконалення організації, заснований на залученості та подальшій причетності.

Якщо операторам, по-перше, пояснили, що вони відповідають за критично важливий процес, по-друге, попросили приєднатися до команди для розробки стратегії вирішення цього завдання, і, по-третє, їм допомогли написати реальні процедури їхньою «мовою», то це суттєво підвищить їх мотивацію та відповідальність при повсякденному виконанні процедур забезпечення безпечності харчових продуктів. Така участь в технологічних змінах та делегування контролю тим, хто має безпосереднє відношення до виробничого процесу, є рушійним механізмом запровадження необхідних змін та важливою умовою успішного запровадження HACCP.

В цьому контексті спостерігається така закономірність: чим більше підприємство, тим складніше ініціювати та підтримувати такого роду зміни в культурі виробництва та відносинах між людьми. Тут малі та середні підприємства з їх менш формальними структурами управління та більш простими каналами комунікації мають очевидну перевагу. Чим менше підприємство, тим вірогідніше, що всі особи, які мають відношення до HACCP, володіють практичним досвідом, що підвищує можливості команди розробити таку систему, до якої виробничий персонал та управлінська ланка будуть однаково причетні та зацікавлені в підвищенні ефективності її функціонування.

### 3.3 Обґрунтування рентабельності розробленої продукції

Прибуток та рентабельність підприємства ресторанного господарства є основою економічного розвитку, якій характеризує ефективність виробництва. Загальновідомо, що ефективність діяльності ресторанного господарства має високий ступінь ризиковості. Одночасно, досвід вітчизняних та зарубіжних інвесторів вказує на високу ліквідність капіталу та високу конкуренцію у сфері ресторанного бізнесу. Це в свою чергу стимулює власників ресторанного

бізнесу впроваджувати інновації, шукати інші сегменти, експериментувати для забезпечення переваг на ринку.

Для обчислення прибутку та рентабельності продукції спочатку визначимо її собівартість.

Розрахунок планової собівартості ресторанної страви ґрунтується на прогресивних нормах використання сировини на одиницю продукції.

Розрахунок собівартості страви є підрахунок на кожний вид сировини (табл. 3.2.3).

Для початку необхідно знати закупівельну вартість кожного виду сировини, що входить до складу страви. Потім підраховуємо вартість цієї кількості сировини, яке необхідно для приготування однієї порції.

Таблиця 3.5 – Розрахунок вартості сировинного набору для виробництва кулінарних виробів

Найменування сировини	Норма витрат на 100 шт. виробів, кг.		Планова ціна закупівлі у грн./ кг	Вартість сировини, грн.	
	Пудинг манний	Рибний пудинг		Пудинг манний	Рибний пудинг
Крупа манна	4,500	-	17	76,5	-
Молоко	5,200	6,250	25	130,0	156,25
Яйця 1кат.	2,000	4,000	100	200	400,0
Вода	10,000	-	1,8	18,0	-
Цукор	0,200	-	30	6,0	-
Масло вершкове	1,000	1,750	192	192,0	336,0
Сметана	3,000	-	150,0	450,0	-
Філе тунця	-	8,750	230	-	2012,5
Борошно пшеничне	-	2,500	12	-	30,0
Сир моцарела	-	1,250	135	-	168,75
Паніровочні сухарі	-	0,500	51	-	25,5
Всього:	-	-	-	1072,5	3129,0
Вартість 1 шт.				10,73	31,29

Прибуток та рентабельність виробництва є головними узагальнюючими показниками виробничої та господарської діяльності будь – якого підприємства. Продаючи свою продукцію підприємство компенсує свої витрати

на виробництво та збут та забезпечує можливість створення грошових накопичень.

В сучасних умовах господарювання прибуток дозволяє підприємству вирішувати тактичні завдання господарської діяльності, характеризує ефективність використання виробничих фондів, фінансових ресурсів та робочої сили, є джерелом та передумовою майбутнього розвитку підприємства.

Головну частку прибутку підприємство отримує за рахунок збуту виробленої продукції.

Використовуючи наведений вище розрахунок собівартості виробу обчислимо його ціну, яка формується як сума валової собівартості, торговельної націнки та ПДВ.

Визначимо ціну виробу:

$$Ц = C + N + \text{ПДВ},$$

$$Ц_{\text{пудинг манний}} = 10,73 + 2,68 + 2,68 = 16,09 \text{ грн.}$$

$$N_{\text{пудинг манний}} - \text{торговельна націнка} - 25\%;$$

$$\text{ПДВ}_{\text{пудинг манний}} - (10,73 + 2,68) * 20\% = 2,68 \text{ грн.}$$

$$Ц_{\text{рибний пудинг}} = 31,29 + 6,26 + 7,51 = 45,06 \text{ грн.}$$

$$N_{\text{рибний пудинг}} - \text{торговельна націнка} - 20\%;$$

$$\text{ПДВ}_{\text{рибний пудинг}} - (31,29 + 6,26) * 20\% = 7,51 \text{ грн.}$$

Таким чином, ціна розробленого продукту – новинки складає 45,06 грн.

Зрозуміло, що собівартість нового виробу є суттєво більша, від базового (пудингу манного), оскільки для виробництва рибного пудингу використовується відносно дорога сировина – філе тунця та сир моцарела.

Визначимо рентабельність базового та розробленого виробу

$$R = \frac{Ц - C}{C} \times 100$$

$$R_{\text{пудинг манний}} = \frac{16,09 - 10,73}{10,73} \times 100 = 49\%$$

$$R_{\text{рибний пудинг}} = \frac{45,06 - 31,29}{31,29} \times 100 = 44\%$$



З наведених вище обчислень видно, що рентабельність розробленого продукту є нижчою, від основного. Це пов'язано перш за все з ціною політикою підприємства ресторанного господарства, а саме на продукцію - новинку встановлюється спочатку невелика торговельна націнка, з метою привернути увагу споживача. Потім, в результаті збільшення попиту націнка буде збільшуватися.

Підприємство ресторанного господарства використовує вид цінової стратегії – стратегія виходу на новий ринок. Вона застосовується тоді, коли підприємство прагне залучити споживачів до своєї продукції та закріпитись на новому ринку. Для цього підприємство встановлює невеликі націнки за якими вона продає свою продукцію. Згодом, після того, як завойовується певна частка споживачів, ціни можуть підвищуватися до рівня загальної націнки по ресторанного закладу.

В третьому розділі роботи розглянуто технології виготовлення страв з рибної сировини, яка містить білки, жири, вуглеводи, вітаміни і мінеральні речовини. Розроблено рецептуру і технологію продукту з гідробіонтів, оригінальної гарячої закуски з риби – «Рибний пудинг з тунця», температура подачі страви, якої 60-65 °С. Вибір сировини для нової страви був обумовлений їх хімічним складом. Вміст біологічно цінних і важливих сполук у такій сировині дозволяє скорегувати хімічний склад страви.

В якості основної сировини використали філе морської риби тунця, в рецептурі було замінено сировинні компоненти, а саме манну крупу замінили на пшеничне борошно та додатково внесли сир моцарелу.

На фірмову страву «Рибний пудинг з тунця» було складено рецептуру, розроблено проект технологічних карток та технологічна схема приготування страви, а також проведена органолептична оцінка, за результатами якої, страва має високі органолептичні показники, тому її можна рекомендувати використовувати в закладах ресторанного господарства різного типу.

Також розрахований основний показник – рентабельність. Розрахункові дані свідчать що рентабельність розробленого продукту є нижчою, від

основного. Це пов'язано перш за все з ціною політикою підприємства ресторанного господарства, а саме на продукцію – новинку встановлюється спочатку невелика торговельна націнка, з метою привернути увагу споживача.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В даній випускній кваліфікаційній роботі спроектовано заклад ресторанного господарства з середземноморською кухнею у молодому густозаселеному мікрорайоні «Вишенька», неподалік зони відпочинку музею-садиби М. І. Пирогова, біля озера Вишенька міста Вінниця.

Проведені маркетингові дослідження та аналіз конкурентів навколо проєктованого закладу ресторанного господарства, отримано наступні результати: по-перше – місце розташування ресторану «Шалений тунець» вибрано вдало; по-друге – розроблене меню з морської риби і морепродуктів – вдале рішення; по-третє – середземноморська кухня – вдалих вибір на проєктування.

Ресторани, кафе, бари відіграють головну роль в організації відпочинку та дозвілля населення. Дані заклади відвідують з метою смачно поїсти, відпочити, відсвяткувати день народження, ювілей, провести ділову або офіційну зустріч, просто зустрітися з рідними людьми.

В роботі нами виконана поставлена мета – розробка комплексного закладу ресторанного господарства під назвою «Шалений тунець» у м. Вінниця по вулиці Келецькій 102.

Розроблений заклад представлений з впровадженням новітніх технологій з розробкою інноваційної продукції з гідробіонтів, а саме смачної рибної страви стави «Рибний пудинг з тунця». Ресторан «Шалений тунець» буде вищого класу, з загальною площею 100 кв.м. Нами обрано спеціалізацію ресторану середземноморську кухню з впровадженням новітньої продукції з гідробіонтів.

«Шалений тунець» розташований поряд зупинки міського транспорту, супермаркету та жилого сектору. Контингент споживачів різноманітний, що включає в себе працівників державних та приватних установ, мешканців та гостей району, туристів міста та ін. Режим роботи закладу з 12 до 23 годин.

На другому, інженерно-технічному етапі діяльності закладу проведено аналіз концептуальних засад діяльності ресторанного господарства, основних технологічних процесів в закладі ресторанного господарства: процесів механічного оброблення сировини та процесів виробництва готової продукції. В результаті цього спроектовано такі цехи: заготівельний цех, холодний цех, гарячий цех.

Було спроектовано основні лінії цехів, обрано обладнання та розраховано площі приміщень. Всі проектування проводились згідно із обраним меню закладу ресторанного господарства та відповідно до розрахованої виробничої програми.

Так, площа доготівельного цеху становить 21,42 м<sup>2</sup>, площа гарячого цеху – 25,9 м<sup>2</sup>, холодного цеху – 22,4 м<sup>2</sup>. Відповідно до діючих норм та складу адміністративного та інших офісних підрозділів (штатного розкладу), було проведено проектування адміністративних приміщень, розрахункова площа яких становить 64 м<sup>2</sup>.

В ресторані «Шалений тунець» були розраховані складські приміщення, приміщення для зберігання сировини та інші приміщення: охолоджувана камера риби і м'яса – 10 м<sup>2</sup>, охолоджувана камера молочних продуктів та гастрономії – 10 м<sup>2</sup>, комора із звичайною температурою для овочів, фруктів, зелені – 10,9 м<sup>2</sup>, комора із звичайною температурою для напоїв – 12 м<sup>2</sup>, комора із звичайною температурою для сипучих продуктів – 10 м<sup>2</sup>, буфет – 13 м<sup>2</sup>, сервізна – 16 м<sup>2</sup>, комора для інших засобів матеріального забезпечення – 9 м<sup>2</sup>, комора для харчових відходів – 5,07 м<sup>2</sup>, комора та мийна тари – 9 м<sup>2</sup>, завантажувальна – 18 м<sup>2</sup>.

В третьому розділі розроблено та впроваджено новітню технологію «Рибного пудингу з тунця», вказані контрольно-критичні точки технологічного процесу виготовлення продукції та обґрунтована рентабельність.

Таким чином, запропонований комплексний заклад ресторанного господарства «Шалений тунець» ресторан середземноморської кухні в мікрорайоні «Вишенька» з впровадженням новітньої технології «Рибного пудингу з тунця» є ефективним, прибутковим та доцільним до впровадження.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева С., Гринченко О. Сучасні формати закладів ресторанного господарства // *Scientific Collection «InterConf»*. 2022. №. 124. С. 166-172.
2. Актуальні проблеми обліку аналізу та аудиту в Україні. URL: <http://ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/11763/1/конференц.2017.pdf>
3. Беднарчик Д. М. Розвиток індустрії гостинності в умовах пандемії // *Організаційний комітет Голова оргкомітету*. 2022. С. 409.
4. Балахонова О.В., Дячук Т.М., Заїкіна М.В. Оцінка перспектив розвитку економічного потенціалу України в ХХІ ст. : мат. міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 18–19 листопада 2019 р.). Київ : Київський економічний науковий центр, 2019. Ч. II. С. 49–51.
5. Бородько, С.В. Использование антиоксидантов в пищевой промышленности и их влияние на здоровье человека. З. Гаппаров, М.Г. Київ 2020.
6. Бартнева А. П. Экспорт продукции агропромышленного комплекса. *Актуальные проблемы науки в области АПК*. 2021. С. 86-89.
7. Гаврилишин Т. Я. Україна на світовому ринку туристичних послуг : дис. 2021. 80 с.
8. Гостиничный и ресторанный бизнес в Украине URL: [www.hotelbiz.com.ua](http://www.hotelbiz.com.ua).
9. Гречаник В.П., Васильченко С.М. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму: Україна і світ. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2018. № 6. С. 18–29.
10. Грищенко С. В., Псарьов І. С. Еволюція ресторанних закладів в Україні // *Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд: матеріали міжнародної науково-практичної конференції: у 2 т. Т. 2*. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. 524 с.

11. Гузар У. та ін. Становлення індустрії гостинності як чинника підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2022. Т. 3. №. 44. С. 208-215..
12. Гриньов В.Ф. Гриньов А.В. Управління інноваційним розвитком підприємств у глобальному середовищі [Текст] : монографія / А.В. Гриньов, Т.В. Деділова. Х.: Вид-во ХНАДУ, 2018. 148 с.
13. Данилюк І. П., Струтинська Л. Т., Адамович О. С. Технології ресторанної продукції. Технологія напівфабрикатів страв та кулінарних виробів із риби, рибопродуктів та нерибної водної сировини. К. 2021.
14. Дмитренко А. В. Класифікація видів діяльності як основа обліку доходів і витрат від спільної діяльності. *Економіка і регіони*. 2018. № 3. С. 125–127.
15. Дибська К. О. Розвиток нових форматів закладів ресторанного господарства. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий. С. 165.
16. Дзьоник С. В. Удосконалення сервісно-виробничого процесу закладу ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Черчіль» (W. Churchill) : дис. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2022. 140 С.
17. Дітріх І. В., Сильчук Т. А., Туз Т. С. Розроблення технології зраз рибних січених для закладів ресторанного господарства. Київ. 2021.
18. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг. Форсайт. 2017. №1 (1). С.30-33.
19. Зіненко О. Податкові перевірки РРО. *Баланс*. 2019. № 20. С. 19-20.
20. Золотухін О. Підтвердження витрат у перевізника. *Баланс*. 2019. № 16. С. 22.

21. Івашина Л. Л., Душка О. В. Сучасний стан розвитку ресторанного господарства в місті Черкаси. *Сучасні тенденції та стратегії розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*. 2021. С. 32.
22. Іванюта А. О. Кухні народів світу: опорний конспект лекцій підготовки бакалаврів усіх спеціальностей університету. Х. 2021. 250 С.
23. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. Суми: Університетська книга, 2017. 334 с.
24. Карпенко Л. Інноваційні технології оздоровчих харчових продуктів на основі плодовоовочевої сировини. *Scientific environment of modern human*. 2021. №. sua19-01. С. 12-46.
25. Кривенко А. В. Інновації в ресторанному бізнесі: світові тренди. *Редакційна колегія: Транченко ЛВ–доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри*. 2022. С. 98.
26. Клясен Н. Л. Реалізація концепції «нова українська школа» у регіональних закладах післядипломної педагогічної освіти за 2020 – 2021 роки: інф.методичний збірник. Т. 1. Київ: ДНУ «ІМЗО». 2022. 347 с
27. Коваленко Л. Г. Складові стратегії конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Theoretical and science bases of actual tasks*. 2022. т. 14. с. 207.
28. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2009, 504 с.
29. Кузьміна К. В., Кокшаров А. А. Изучение потерь йода в рыбе при кулинарной обработке. *Пищевые инновации и биотехнологии*. К. 2021. С. 331-332.
30. Ліска Т. О. Формування стратегії сталого розвитку ресторанного господарства (на прикладі ресторану “Едем”) : дис. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2022. 120 С.

31. Мазаракі А. А., Лебська Т. К., Сидоренко О. В., Ніколаєнко С. М., Притульська Н. В. Інноваційні технології переробки риби. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2014. 432 с.
32. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І.Г. Пандяк. 2-е вид. перероб. та доп. К. : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
33. Мальська М. П. Ресторанний бізнес. К. : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
34. Маляревський Ю. Д., Горяева М. С., Пасенко Н. С., Касич А. О. Облік у галузях виробництва і послуг: Навчальний посібник. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. 616 с. 183
35. Мануилов В. В. Актуальные проблемы процесса филетирования азовочерноморского бычка. Рибне господарство України. 2018. № 3. С. 27—31.
36. Менчинська, А. А., Слободянюк, Н. М., Лебська, Т. К., Голембовська, Н. В., Іванюта, А. О., Баль-Прилипко, Л. В. Технологія риби та морепродуктів. Ч. 1. Київ. 2021. 350 С.
37. Недбаєва К. Ю., Бугас В. В. Готельно-ресторанні послуги в індустрії туризму. *Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу*. Київський національний університет технологій та дизайну, Київ. 2021. 240 С.
38. Обсяги вилову риби в Україні. Сайт Державного агентства рибного господарства України. URL : <http://darg.gov.ua/index.php> (дата звернення : 15.03.2017 р.).
39. Олійник М. І., Дзюба Н. А. Використання гідролізату рибного колагену у виробництві кулінарної продукції. *Publishing House “Baltija Publishing”*. 2021. С. 14-25.
40. Онищук Н. В. Інноваційні технології, як основа підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства. *Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали VI*



*Міжнародної науково-практичної конференції (23 квітня 2021 року)*. Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2021. 359 с. 2021. С. 263.

41. Осолодкова Е. В. Рыбы открытого моря. *Проблемы научно-практической деятельности. Поиск и выбор инновационных решений*. 2021. С. 25-26.

42. Притульська Н. В., Федорова Д. В. Нові сухі концентровані продукти поліфункціонального призначення. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (19 трав. 2016 р.) : Тези у 2-х ч. Харків : ХДУХТ, 2018. Ч. 1. С. 145–146.

43. Погосян К. М. Удосконалення технології кулінарних виробів з гідробіонтів. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий*. 2021. С. 158.

44. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Підручник. К.: Кондор, 2019. 408с.

45. Свида І.В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І.В. Свида // Науковий вісник Ужгородського університету. 2019. №28(3). С. 64–69.

46. Скляр В. Ю., Дубінка Д. С. Технології сучасної кулінарної обробки продукції ресторанного господарства. 2022. С. 79.

47. Сидоренко О. В. Формування асортименту та якості рибо-рослинних продуктів : монографія. Київ : Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2006. 322 с.

48. Соколов С. А., Малич А. А., Олейникова Р. Е. Перспективы и особенности использования гидробионтов внутренних водоёмов Донбасса для производства продуктов, применяемых в гериатрических диетах. *Инновационные направления интеграции науки, образования и производства*. 2021. С. 244-247.

49. Slobodianiuk N. M. et al. Удосконалення технології рибних пудингів для дитячого харчування. *Науковий журнал «Тваринництво та технології харчових продуктів»*. Т. 11. №. 3. С. 62-69.

50. Сучасне місто Вінниця URL: <https://vn.20minut.ua/kul-tura/skilki-u-vinnitsi-mikrorayoniv-i-chomu-voni-tak-nazivayut-istorichniy--10915168.html>

51. Ткаченко Т. Моделювання концептуальних засад діяльності готелюлюкс у Солом'янському районі в м. Києві. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. Т. 5. №. 1. С. 63-80.

52. Федорова Д. В. Детермінанти розвитку асортименту високобілкових хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів з використанням сухих рибо-рослинних напівфабрикатів. Здобутки та перспективи розвитку кондитерської галузі : 3-тя Міжнар. наук.-практ. конф. (13 верес. 2016 р.) : Тези у 2-х ч. Київ : НУХТ, 2016. Ч. 1. С. 175–179.

53. Федорова Д. В. Фізико-хімічні і біохімічні показники якості сухих риборослинних напівфабрикатів. *Технічні науки та технології. Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т*, 2016. № 3 (5). С. 217—233.

54. Федорова Д. В., Кузьменко Ю. В. Технологічні аспекти комплексного використання бичка азовського замороженого у виробництві риборослинних напівфабрикатів. *Наук. пр. НУХТ. Київ : НУХТ*, 2015. Т. 22. № 6 (22). С. 23—29.

55. Федорова Д., Кузьменко Ю. Біологічна цінність рибо-рослинних напівфабрикатів на основі комплексного перероблення бичка азовського. *Міжнар. наук.-практ. журн. «Товари і ринки»*. 2015. № 2 (20). С. 85—97.

56. Харченко Л. В. Проблема формування позитивного іміджу України в контексті підготовки Євро-2012. *Стратегічні пріоритети*. 2019. №4. С. 107–112.

57. Хом'юк М. М. Особливості застосування інноваційних харчових технологій у процесі приготування рибних страв. *Вісник студентського*

наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий. С. 260.

58. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств / Д.М. Черваньов. К.: Знання Прес, 2017. 622 с.

59. Чайка В.С. Основні напрямки використання гідробіонтів. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології* : Зб. наук. пр. ІХ Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Вінниця, 6 жовтня 2022 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Ч. 2. С. 539-544.

60. Чайка В.С. Розробка інноваційної продукції з гідробіонтів. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : тези доповідей ІХ Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.). Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. С. 140-145.

61. Шевчук Н. П., Стріха Л. О., Петрова О. І. Кулінарна етнологія. К. 2022. 130 С.