

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

Форма № П-4.04.

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**
Навчально-науковий інститут
харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Форма навчання заочна
Кафедра технологій харчових виробництв і ресторанного господарства

Допускається до захисту

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

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

на тему

Ресторан на 60 місць у селищі міського типу Тузлі Одеської області

Спеціальність 181 «Харчові технології»

освітня програма «Харчові технології та інженерія»
(шифр, назва)

ступеня бакалавр

Виконавець Борзаковська Марина Миколаївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Керівник к.т.н., доцент Шелудько Вікторія Миколаївна
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Рецензент Гайворонська Зоя Миколаївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

ПОЛТАВА 2021

РОЗДІЛ 1 ТЕХНОЛОГІЧНИЙ

Підвищення харчової цінності маффінів за рахунок рослинної сировини

1.1 Теоретичне обґрунтування проблеми, що розглядається

1.1.1 Асортимент і харчова цінність борошняних кондитерських виробів в Україні

Серед основних засад державної політики є розроблення стратегії щодо створення інноваційних технологій кулінарної продукції і, зокрема, функціонального призначення з заданими властивостями, збагаченими есенційними харчовими речовинами та мікронутрієнтами. До її складу повинні входити природні компоненти їжі – вітаміни, макро- та мікро елементи, харчові волокна, що дозволяє знизити дефіцит есенційних речовин, змінювати метаболізм, підсилювати та прискорювати виведення ксенобіотиків, підвищувати неспецифічну резистентність організму людини та дає можливість збагатити хімічний склад раціону харчування. Основними оцінювачами кулінарної продукції функціонального призначення є споживачі, які враховують як якісні так і цінові показники. Оцінювання конкурентопридатності продукції споживачами залежить від віку, стану здоров'я, смакових уподобань тощо. Харчова цінність продукції не помітна споживачам, але, зважаючи на сучасні наукові принципи нутриціології, має враховуватися у показнику конкурентоспроможності харчової продукції функціонального призначення. Ці чинники, а також різноманітність асортиментних груп кулінарної продукції обумовлюють певні складності в оцінюванні якості та визначенні конкурентоспроможності продукції на які практично не звертають належної уваги. Основними складовими поняття «конкурентоспроможність товару» виступають не тільки його якість та ціна, але й здатність виробника (продавця) просунути товар на ринок з відповідним попитом споживачів. Через це для характеристики конкурентних можливостей товару більш точним є термін «конкурентопридатність», який відображає

потенційну можливість виробника (продавця) досягти відповідної конкурентоспроможності на ринку (Пересічний, & Федорова, 2006). Конкурентопридатна продукція – «це продукція, яка користується попитом у споживачів, має не менш високий рівень якості, ніж відомі аналоги, але відрізняється від останніх елементами інновацій, які забезпечено ноу-хау, патентами та ін.» (Пересічний, & Федорова, 2006, с. 97). Стан вивчення проблеми. Вагомий внесок у дослідження та розвиток окремих аспектів конкурентопридатності продукції зробили І. Смолін (2004), М. Пересічний (2006), О. Черевко (2003), О. Григоренко, Г. П'ятницька (2010), О. Сидоренко (2005). Взаємодія конкуруючих сил спонукає підприємства харчової промисловості та закладів ресторанного господарства до пошуку шляхів підвищення ефективності їхньої діяльності та зміцнення конкурентних позицій на ринку за допомогою розроблення, виробництва та реалізації конкурентопридатної кулінарної продукції функціонального призначення. Невирішені питання. У зв'язку з розробленням інноваційних технологій кулінарної продукції функціонального призначення, методика моделювання перспективної продукції не втратила своєї актуальності, оскільки є необхідність оцінювання її конкурентопридатності, яка у сучасних умовах користується високим попитом у споживачів і є фактором успіху в конкретному сегменті харчування. [2].