

ЗАТВЕРДЖЕНО

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

Форма № П-4.04.

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання
Форма навчання заочна
Кафедра технологій харчових виробництв і ресторанного господарства**

Допускається до захисту

Завідувач кафедри _____ Г.П. Хомич
(підпис, ініціали та прізвище)

« ____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

на тему:

«Ресторан на 84 місця в місті Харків»

зі спеціальності **181 «Харчові технології»**

освітня програма **«Харчові технології та інженерія»**

(шифр та назва)

ступеня бакалавра

Виконавець **Новак Ольга Олегівна**

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Керівник **к.т.н., доцент Левченко Юлія Вікторівна**

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Рецензент **Горячова Олена Олександрівна**

(прізвище, ім'я, по батькові)

ПОЛТАВА 2021

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»****ЗАТВЕРДЖУЮ**Завідувач кафедри _____ Г.П. Хомич
(підпис, ініціали та прізвище)

« ____ » _____ 2021 р.

**ЗАВДАННЯ ТА КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК
ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ**Студент (ка) спеціальності 181 «Харчові технології»освітня програма «Харчові технології та інженерія»

(шифр, назва)

ступеня бакалаврПрізвище, ім'я, по батькові Новак Ольга ОлегівнаТема Ресторан на 84 місця в місті Харків

Затверджена наказом ректора № 189а-Н від «15» вересня 2021 р.

Термін подання студентом дипломного проекту 10.12. 2021 р.

Вихідні дані до дипломного проекту Тема технологічного розділу: розробка рецептур суперфудів. Розробити технологічні картки на фірмову страву. Для нової продукції визначити види ризиків, небезпечні чинники в сировині, відповідно до вимог системи НАССР. Метод обслуговування – офіціантами. Передбачити додаткові послуги з організації дозвілля, виклик таксі, послуга Ghost Kitchen, кейтерингу, ковокінгу. Впровадити сучасне технологічне обладнання, додаткові послуги. Забезпечити при плануванні приміщень раціональні схеми організації технологічних процесів. Визначити архітектурно-будівельні рішення закладу.

Зміст розрахунково-пояснювальної Анотація. Вступ. Розділ 1. Технологічний. Розділ. 2 Проектний. Розділ 3. Організаційний. Розділ 4. Архітектурно-будівельний. Розділ 5 Охорона праці. Висновки Список використаних інформаційних джерел

Перелік графічного матеріалу. Технологічна схема приготування виробу – 1 лист. План підприємства з розташуванням технологічного обладнання – 1 лист. Архітектурно-будівельні рішення – 1 лист. Рекламне забезпечення – 1 лист.

Консультанти розділів проекту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата
Архітектурно-будівельний	доц, к.т.н. Бичков Я. М.	
Охорона праці	доц, к.т.н. Молчанова Н. Ю.	

Календарний графік виконання дипломного проекту

Назва етапів дипломного проекту	Термін виконання	Фактичне виконання
Розділ 1. Техніко-економічне обґрунтування	20.09. - 26.09. 2021 р.	20.09. - 26.09. 2021 р.
Розділ 2. Проектно-технологічний	27.09. - 07.11. 2021	27.09. - 07.11. 2021
Розділ 3. Організаційний	08.11. - 14.11. 2021 р.	08.11. - 14.11. 2021 р.
Розділ 4. Архітектурно-будівельний	15.11. - 28.11. 2021 р.	15.11. - 28.11. 2021 р.
Розділ 5 Охорона праці	29.11. - 5.12. 2021 р.	29.11. - 5.12. 2021 р.
Подання дипломного проекту на антиплагіат	6.12. 2021 р.	6.12. 2021 р.
Подання дипломного проекту керівнику	8.12.2021 р.	8.12.2021 р.
Подання дипломного проекту на кафедру	10.12. 2021 р.	10.12. 2021 р.
Подання дипломного проекту для зовнішнього рецензування	13.12.2021 р.	13.12.2021 р.

Дата видачі завдання « 20 » вересня 2021 р.

Студент _____ Новак О. О.
(підпис)

Керівник _____ к.т.н., доцент Левченко Ю. В.
(підпис) (науковий ступінь, вчене звання, ініціали та прізвище)

Результати захисту дипломного проекту

Дипломний проект оцінений на

всього балів _____

оцінка за національною шкалою _____

оцінка за шкалою ЄКТС _____

Протокол засідання ЕК № _____ від « _____ » _____ 2021 р.

Секретар ЕК _____

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	6
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ	
БУДІВНИЦТВА.....	9
1.1. Маркетингові дослідження ринку послуг ресторанного господарства.....	9
1.2. Розроблення концепції закладу ресторанного господарства	12
1.3. Обґрунтування місця і технічної можливості будівництва.....	15
1.4. Обґрунтування вихідних даних підприємства, що проектується.....	15
1.5. Визначення джерел постачання.....	15
Розділ 2 ПРОЕКТНИЙ.....	18
2.1 Проектування виробничого процесу підприємства на основі структурно-технологічної схеми.....	18
2.2. Розширення асортименту суперфудів.....	20
2.2.1. Значення даної кулінарної продукції у харчуванні.....	20
2.2.2. Особливості технології даної кулінарної продукції.....	23
2.2.3. Шляхи підвищення харчової цінності кулінарної продукції.....	26
2.2.4. Розроблення рецептури і технології нової продукції.....	31
2.2.5. Визначення показників якості розробленої продукції.....	32
2.3 Розроблення виробничої програми підприємства.....	34
2.4 Проектування складського господарства.....	37
2.5 Проектування виробничих приміщень.....	48
2.6 Проектування торговельних, допоміжних, адміністративно-побутових та технічних приміщень.....	60
2.7 Об’ємно-планувальне і конструктивне рішення підприємства.....	64
Висновки до розділу 2.....	66
Розділ 3 ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ.....	67
3.1 Організація виробництва.....	67

3.2 Організація обслуговування.....	72
3.3 Рекламне забезпечення діяльності підприємства.....	79
Висновки до розділу 3.....	82
Розділ 4 АРХІТЕКТУРНО-БУДІВЕЛЬНИЙ.....	83
Висновки до розділу 4.....	89
Розділ 5 ОХОРОНА ПРАЦІ	90
5.1. Вимоги до облаштування території, будівель і споруд.....	90
5.2. Вимоги безпеки праці під час виконання вантажно-розвантажувальних робіт.....	94
5.3. Вимоги до електробезпеки.....	95
5.4. Протипожежні заходи.....	97
Висновки до розділу 5.....	98
ВИСНОВКИ	100
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	101
ДОДАТКИ.....	105

Куліза_12@ukr.net

АНОТАЦІЯ

Дипломний проект викладено на 105 сторінках пояснювальної записки та містить 45 таблиць, 4 рисунки, 3 додатки, 40 літературних джерел. Графічний матеріал – 4 аркуші.

Обґрунтовано використання новітніх технологій, а саме розширення асортименту суперфудів. На основі технологічних розрахунків визначені технологічне обладнання, кількість працівників, склад та площі приміщень. Вирішені питання організації виробництва, обслуговування, рекламної діяльності майбутнього підприємства.

Розроблено організаційну структуру та об'ємно-планувальне рішення закладу, архітектурні рішення, запропоновані системи водо- та теплопостачання, енергозабезпечення, раціонального використання ресурсів, охорони праці, техніки безпеки при експлуатації закладу.

Об'єкт дослідження: ресторан.

Предмет дослідження: технологічні розрахунки; архітектурно-будівельні рішення; заходи щодо охорони праці.

Ключові слова: ресторан, суперфуд, чія, йогурт, десерт, послуги харчування, розширення асортименту, фірмова страва, виробнича програма, пароконвектомат, страви з овочів.

ВСТУП

Ресторани посідають важливе місце в економіках багатьох країн. Частка ресторанів у загальному обороті харчових продуктів, за даними європейської статистики, становить у середньому 57,8 %. У ресторанній індустрії в межах Європи працює понад 4 млн осіб персоналу, а прибуток галузі становить близько 74 млрд євро. Це робить ресторанний бізнес дедалі привабливішим, і щороку конкуренція в галузі посилюється. Відповідно виникають сприятливі умови для розвитку ресторанного господарства в Україні, й особливо перспективним напрямком стає розвиток ринку європейських національних кухонь. Важливого значення набуває вивчення закономірностей і тенденцій формування ринку послуг, а також визначення напрямків розвитку підприємств ресторанного господарства на ринку європейських національних кухонь як в Україні, так і за кордоном.

Незважаючи на те, що ринкові відносини відкривають для сфери ресторанного бізнесу нові можливості, водночас вони можуть деформувати соціальні функції відповідальності бізнесу в країні. Проте питанням інноваційного маркетингу, з урахуванням аспектів гостинності, приділяють недостатньо уваги. У статті показано, що інноваційний маркетинг відкриває нові можливості до гармонізації соціально-економічної функції ресторанного бізнесу й консолідації ресурсів суспільства.

Україна має своє кулінарне обличчя, яким можна пишатися. Відроджуються національні кулінарні традиції і культура. Лише серед київських ресторанів представлено 90 національних кухонь, і більшість з них спеціалізуються на стравах української кухні, які дуже подобаються гостям з-за кордону і є одним з елементів національної культури.

Етнічні ресторани відрізняються тим, що намагаються максимально додержуватися етнічних традицій певного народу: не тільки в меню, але й інтер'єрі, одязі персоналу, музичному супроводі, навіть у назві. Щоб іменуватися етнічним рестораном, одного меню мало - необхідно, щоб всі елементи концепції відповідали іміджу. Якщо цього не відбувається, споживачі можуть просто не

сприймати такий заклад. Наприклад, якщо в ресторані сучасний стиль інтер'єра й при цьому підкреслено українська кухня, такий заклад не тільки не можна назвати етнічним, його концепція буде викликати деякий дисонанс. Відбувається це тому що деякі види кухонь автоматично обумовлюють певні концептуальні рішення, зокрема, інтер'єр й екстер'єр, форму персоналу, навіть посуд і прибори.

Життя переконливо довело, що «робити гроші» на благодатній ниві ресторанного бізнесу можуть лише люди із творчою жилкою і широким світоглядом, які розуміються в ринковій економіці, є високоосвіченими.

Важливо збагнути, що сьогодні ресторанний бізнес вимагає професіоналізму. Структурується ринок, з'явилися дизайнери, постачальники обладнання, продуктів харчування і напоїв. Водночас посилився контроль з боку державних органів (санепіднагляду, пожежників і податкових органів). Зросла конкуренція серед ресторанів, у них з'явилися нові критерії якості продукції і послуг.

Враховуючи, що м. Харків – це місто розваг та відпочинку, мека для туристів із усієї України, тому будівництво ресторану з цікавими івентами, послугами та пропозиціями. Тому виконання курсового проекту на тему «Ресторан на 90 місць в місті Харків» є доволі актуальним.

РОЗДІЛ 1

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ БУДІВНИЦТВА

1.1 Маркетингові дослідження ринку послуг ресторанного господарства.

Комплекс маркетингу являє собою сукупність практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності компанії до ситуації на ринку, а також сучасного і гнучкого реагування на її зміни.

Маркетингова програма - це розроблений на основі комплексних маркетингових досліджень стратегічний план-рекомендація виробничо-збутової і науково-технічну діяльність фірми на певний період часу, покликаний забезпечити оптимальний варіант її майбутнього розвитку з урахуванням запитів споживачів і згідно висунутих цілям і стратегії.

Потім вибираємо маркетингову стратегію охоплення ринку - стратегію диференційованого маркетингу. Відповідно до неї підприємство прагне охопити достатньо велику кількість сегментів за допомогою товарів одного виду, але відрізняються від продукції конкурентів чимось особливим, неповторним, що становлять інтерес для кожного обраного сегмента, наприклад, поліпшеним якістю, специфічними сировинними матеріалами, оригінальним зовнішнім оформленням (дизайн, упаковка). Таким чином, підприємство прагнути зробити пропозицію оригінальним для кожного сегмента, що в свою чергу дозволить встановлювати відносно високі ціни.

Місто Харків сьогодні є обласним центром і одним з найбільших українських міст. На поточний момент його чисельність перевищує позначку в 1,5 мільйона чоловік. Заснований в 1654 році, він має довгу та цікаву історію. Щорічно до Харкова приїжджає величезна кількість туристів, охочих познайомитися з ним ближче. Для вас далі представляємо популярні пам'ятки Харкова.

Харків місто велике, і тому його буде нереально обійти повністю за два дні. Харків – не надто туристичне місто. З одного боку, тут немає таких вже прямих локацій туристичного масштабу, конкретно заради яких сюди валять туристи. В якійсь мірі це добре – місто відмінно підходить для тих, хто не любить туристичні місця. Можна просто гуляти і насолоджуватися моментом. З іншого боку, Харків вельми доглянуте, сучасне місто, і тут багато закладів на високому рівні.

Харків – місто не бідне, а тому і ціни тут на рівні. Як на проживання, так і в кафе-ресторанах. Сміливо можете розраховувати на київський цінник. Але, справедливості заради, і якість «харківського сервісу» гідна. Оригінальний дизайн, гарне обслуговування, смачна і незвичайна кухня.

Комплекс маркетингу являє собою сукупність практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності компанії до ситуації на ринку, а також сучасного і гнучкого реагування на її зміни.

Перш за все визначаємо ступінь насичення ринку конкурентами. В таблиці 1.1. наведений перелік підприємств мережі ресторанного господарства м. Харків та їх характеристика.

Таблиця 1.1.

Загальнодоступна мережа підприємств ресторанного господарства м. Харків

Тип підприємства, його назва	Підпорядкування	Потужність, місць	Режим роботи	Рівень націнок, %	Характеристика продукції та послуг
Ресторан „Козачок”	приватне	60	12 ⁰⁰ – 1 ⁰⁰	100	Українська кухня, обслуговування офіціантами, жива музика
Ресторан „Барбарис”	приватне	50	11 ⁰⁰ – 2 ⁰⁰	100	Традиційна кухня, жива музика, обслуговування офіціантами
Кафе-бар „Берега”	приватне	36	11 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰	80	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами, жива музика
Кафе „Хантер”	ОХП	40	9 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰	80	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами
Кафе - кондитерська	приватне	42	9 ⁰⁰ – 22 ⁰⁰	90	Широкий асортимент кондитерських виробів, напої, самообслуговування

Тип підприємства, його назва	Підпорядкування	Потужність, місць	Режим роботи	Рівень націнок, %	Характеристика продукції та послуг
„Майстерня шоколаду”					
Ресторан „Пан Марципан”	приватне	52	12 ⁰⁰ – 24 ⁰⁰	100	Широкий асортимент, обслуговування офіціантами, жива музика
Бар „Генріх Шульц”	ОХП	45	10 ⁰⁰ – 24 ⁰⁰	70	Обмежений асортимент, обслуговування барменом, ігрові автомати
Бар нічний „Релакс”	приватне	42	18 ⁰⁰ – 5 ⁰⁰	100	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами, дискотека, більярд
Бар „Гаряча точка”	приватне	30	15 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰	100	Обмежений асортимент, обслуговування барменом, телевізор
Чебуречна	ОХП	36	9 ⁰⁰ – 21 ⁰⁰	60	Обмежений асортимент, самообслуговування
Закусочна	приватне	46	9 ⁰⁰ – 18 ⁰⁰	70	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами
Піццерія	приватне	36	11 ⁰⁰ – 22 ⁰⁰	70	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами, телевізор
Пивний бар „Кухоль”	приватне	18	11 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰	80	Обмежений асортимент, обслуговування барменом
Кафе-літній майданчик „Фієрія”	приватне	20	9 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰	70	Обмежений асортимент, самообслуговування
Кафе-літнє	приватне	36	10 ⁰⁰ – 1 ⁰⁰	80	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами
Всього		599			

З таблиці видно, що мережа підприємств ресторанного господарства міста досить насичена, але є певні недоліки. Перш за все слід відмітити високий рівень націнок, через що лише певна частина споживачів може скористатись послугами підприємств. При аналізі асортименту продукції було виявлено, що лише невелика кількість підприємств пропонує відвідувачам якісну продукцію власного виробництва, в інших же підприємствах більшу частку в товарообороті займає покупна продукція.

Такі підприємства в основному організовують дозвілля споживачів, переважна кількість яких – молодь. Таким чином, загальнодоступна мережа

підприємств ресторанного господарства м. Харків задовольняє попит споживачів на продукцію та послуги, але немає оригінального і цікавого закладу. Усі позиції ресторану, що проектується, будуть продаватися за собівартістю. Дуже просто: відвідувач сплачує на вході фіксовану суму. Це і є прибуток ресторатора. Адже ціни, вказані в меню, дорівнюють собівартості кожної страви. Виходить значно дешевше, ніж у будь-якому іншому закладі харчування. А головне – чесно по відношенню і до клієнта, і інвестора. Угода з прозорими та зрозумілими умовами. На вході відвідувач сплачує невелику суму. Вартість залежить від часу доби та дня тижня.

1.2 Розроблення концепції закладу ресторанного господарства

Для того, щоб підприємство, яке будується, стало популярним серед населення, воно повинне відрізнятись від інших закладів. Концепція ресторану - це план, в якому розкривається ідея створення точки масового харчування. Розробка концепції включає в себе процес відповіді на деякий ряд питань, що дозволяють створити на папері уявлення про те, як буде виглядати заклад

На відміну від бізнес-плану, розробка концепції ресторану спрямована на те, щоб загострити увагу на важливих організаційних акцентах, таких, як дизайн, меню, персонал, обслуговування, а також можливість включення додаткових послуг.

Досвідчені маркетологи рекомендують почати створювати свій бізнес саме з розробки концепції. Далі, слід приступити до написання бізнес-плану, який опише всю ідею більш формальною мовою і вкаже на вартість кожної дії. В цілому ці два документа стануть опорою при створенні ресторану або кафе.

В концепції повинні відобразитися наступні аспекти: місія закладу; візія закладу; аналіз площадки; аналіз конкуренції; напрямок майбутньої концепції; вимоги до розробки торгової марки, фірмовий стиль, бренд бук, уніформа персоналу; цільна група; дизайн, стиль інтер'єру, меблі; вимоги до персоналу; стандарти; правила внутрішнього розпорядку; мотивація персоналу; меню –

напрямок кухні, страв, «фішка» закладу; карта напоїв – яка напряму має доповнювати меню закладу; логістика; робота з постачальниками – аналіз і можливість співпраці з такими в рамках концепції, що будуть робити заклад конкурентним; організація рекламно-маркетингових заходів; штатна структура; економічне обґрунтування; принципи ціноутворення; очікуваний прибуток; затрати – бюджетування закладу; технологія закладу (кухня, бар, зал, складські приміщення, номери, фрон і бек офіси і т.д.) Для аналізу впливу демографічних факторів визначаємо потенційних споживачів за віком, соціальною належністю, національністю, родом занять.

В таблиці 1.2. наведені дані про соціальний стан населення району будівництва ресторану.

Таблиця 1.2.

Соціальний склад населення району Сатлівський м. Харків

Групи населення	Питома вага, %	Кількість, тис. осіб
Робітники промисловості	32,52	12,03
Робітники сільського господарства	17,17	6,35
Учні шкіл	7,25	2,68
Учні профтехучилищ	3,15	1,17
Пенсіонери	28,10	10,40
Службовці	8,66	3,20
Інші	3,15	1,17
Усього	100,00	37,00

З метою визначення рівня націнок проаналізуємо купівельну спроможність населення. В останні роки значно зросли середні доходи промисловців та службовців, вони досягли середнього рівня, частка населення із такими доходами складає приблизно 38%. В цю групу також входять дрібні підприємці. високі доходи отримують більш успішні підприємці, їх частка в загальній кількості становить 3,5 – 4%. Решта населення – робітники сільського господарства, учні профтехучилищ, пенсіонери – мають низькі доходи. Отже, можна зробити висновок, що при проектуванні нового підприємства та

встановлення націнок на його продукцію, необхідно орієнтуватись на частину населення із середнім рівнем доходів.

Природні фактори являють собою рівень розвитку сільського господарства, переробної промисловості, тощо. Так, основним напрямком розвитку регіону є важка промисловість. Тому можливим є забезпечення продуктами та сировиною від підприємств-виробників, що дозволяє зменшити рівень цін на продукцію, яка пропонується відвідувачам.

При визначенні асортименту страв та виробів важливим моментом є вивчення попиту населення на той чи інший вид продукції. Смаки споживачів формуються під впливом багатьох факторів, одним із яких є національний склад. У місті домінуючою національністю є українська, (близько 82%), російська (5,4%), вірменська (6,2%), білоруська (1%) а також єврейська (2,6%) тому традиційними для мешканців є страви вірменської кухні. За умови включення в асортимент нових для споживачів цікавих страв цієї спрямування можна передбачити підвищений інтерес до підприємства. Але оригінальні страви інших кухонь будуть формувати смаки населення і також привернуть увагу відвідувачів.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу складемо план маркетингу.

1. Вид продукції до реалізації – страви та кулінарні вироби відповідно асортиментному мінімуму, включатимуться як страви української кухні, так і популярні вироби кухонь інших національностей.

2. Заходи для закріплення на ринку – проектування підприємства із цікавим вирішенням інтер'єру, широким асортиментом страв, пропозиції спектру додаткових послуг.

3. Управління цінами із метою забезпечення доступності продукції і отримання прибутку – закупівля сировини та продуктів безпосередньо у виробників, встановлення оптимального рівня націнок на продукцію.

4. Підходи підприємства до залучення уваги споживачів – розроблення рекламних засобів, як зовнішніх, так і внутрішніх. Проведення постійних рекламних акцій протягом всього терміну роботи підприємства.

1.3 Обґрунтування місця і технічної можливості будівництва

Ділянку забудови передбачається розташувати Шевченківський провулок, 40 поблизу міської дороги. Рельєф ділянки без значних без перепадів висот, якість ґрунту – задовільна, відповідає будівельним нормам. Поруч із ділянкою (із західного боку) розташовані житлові будівлі, універсальний магазин та невеликий парк. На відстані 100 м від ділянки знаходиться зупинка автотранспорту.

Навколишні будівлі зведені у сучасному стилі, тому для органічного сполучення майбутнього підприємства із вже існуючими, проектуємо його у тому ж архітектурному стилі.

Близьке розташування житлових будівель дозволяє значно знизити витрати на організацію інженерних комунікацій підприємства, яке будується. Так, наближеними до ділянки є: холодний та гарячий водопроводи міської мережі, каналізація, централізована мережа водяного опаленні від міської ТЕЦ, мережа електропостачання.

1.4 Обґрунтування вихідних даних підприємства, що проектується

При проектуванні нових підприємств в населених пунктах необхідним є дотримання нормативів насичення різними типами підприємств ресторанного господарства. Для встановлення потреби в місцях в підприємствах ресторанного господарства виконуємо розрахунки на основі нормативу для мережі харчування на 1000 місць (n) та чисельності мешканців міста (N):

$$P = \frac{N * n}{1000} = \frac{117600 * 26}{1000} = 3058 \text{ місць.}$$

Порівняємо із діючою мережею Салтівського району міста (табл. 1.3.). Так, на даний час в цьому районі функціонують підприємства із загальною кількістю місць 2370. Порівнюючи із розрахунковими даними, можна зробити висновок, що нестача в місцях складає 688 місць. Отже, можна зробити висновок, що будівництво нового підприємства в місті буде доцільним.

Проводимо аналіз існуючої мережі підприємств. Результати розрахунку зводимо в таблицю 1.3.

Таблиця 1.3

Аналіз структури мережі підприємств

Типи підприємства	Кількість місць	Питома вага, %	Показники, що рекомендуються	
			Питома вага, %	Кількість місць
Ресторани	400	17	25	770
Їдальні	0	0	5	15
Кафе загального типу	550	23	20	617
Спеціалізовані кафе	225	9,5	20	616
Закусочні	0	0	20	616
Бари	260	11	15	462
Всього	2370	100	100	3081

Як видно із таблиці, для доведення до рекомендованих показників необхідно збільшити кількість місць в таких типах підприємств, як ресторани, кафе загального типу, спеціалізовані ресторани, зменшивши при цьому частку місць в барах. Тому пропонуємо можливі типи підприємств на першу чергу будівництва: ресторан етнічної кухні; ресторан української кухні; кафе -морозиво; загальнодоступна їдальня.

Виходячи із вищенаведеного, прийняте рішення розроблення проекту будівництва ресторану на 94 місця.

Приймаємо режим роботи підприємства: з 11⁰⁰ до 23⁰⁰.

Перший понеділок місяця використовується для проведення санітарного дня. Таким чином, загальна кількість робочих днів підприємства за рік складає: $365-12=353$ дні.

1.5 Визначення джерел постачання

При існуючому стані розвитку переробної промисловості у регіоні доцільним є прийняття роботи підприємства за повним циклом. Обґрунтування

вибору джерел постачання наведене у п. п. 1.1. Постачальники основних видів сировини та продуктів наведені у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Джерела постачання сировини і продуктів

Група продуктів	Джерело постачання	Періодичність заводу	Відстань, км
М'ясопродукти	М'ясокомбінат м. Харків	2рази на тиждень	7
Птиця, яйця	Птахофабрика с. Миронівка	2 рази на тиждень	12
Риба свіжа	Центральний ринок м. Харків	3 рази на тиждень	5
Молоко, кефір	Центральний ринок м. Харків	щодня	5
Борошно	Оптово-роздрібна база ЧП „Олімп” м. Харків	3 рази на місяць	6
Гастрономія		2 рази на тиждень	
Пиво		4 рази на місяць	
Горішки, чіпси, сухарик		3 рази на місяць	
Цукор, сіль, крупи, чай, кава, спеції		3 рази на місяць	
Вино-горілчані, слабоалкогольні, безалкогольні напої		3 рази на місяць	
Овочі, фрукти, зелень	Центральний ринок м. Харків	Щодня	5
Картопля	Центральний ринок м. Харків	Щотижня	5

Для доставки продуктів та сировини на підприємство економічно вигідним буде придбання або оренда автотранспорту. Для зменшення капітальних вкладень підприємством буде використовуватись орендоване авто „Газель-314”. Умови його використання зумовлюються угодою, укладеною із автотранспортним підприємством. В угоді зазначаються: вартість години роботи машини, вартість пробігу та зобов'язання сторін. На підприємстві планується включення до штатного розкладу водія-вантажника.

РОЗДІЛ 2 ПРОЕКТНИЙ

2.1 Проектування виробничого процесу підприємства на основі структурно-технологічної схеми

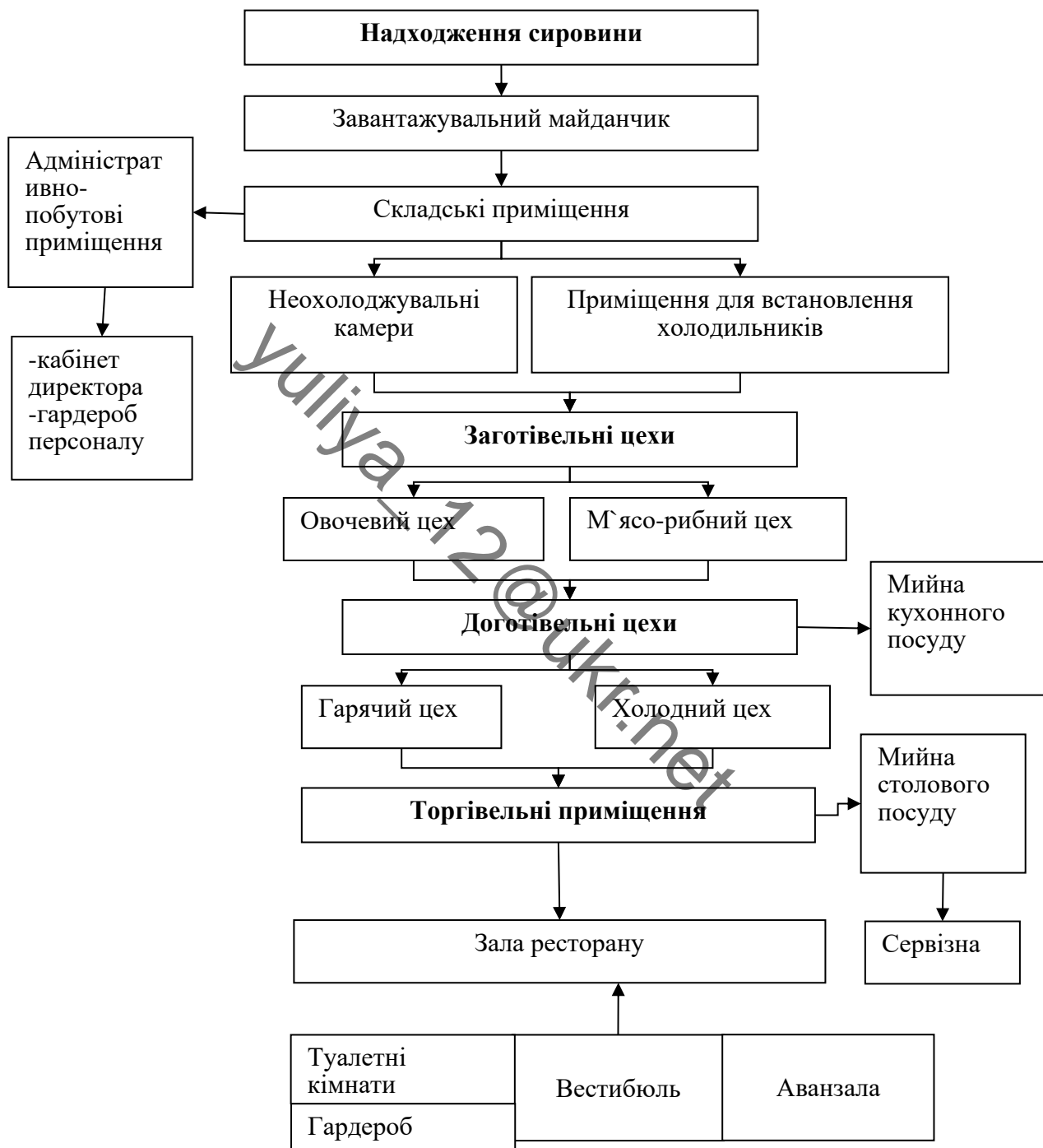


Рис 2.1 Схема виробничо-торговельної структури ресторану

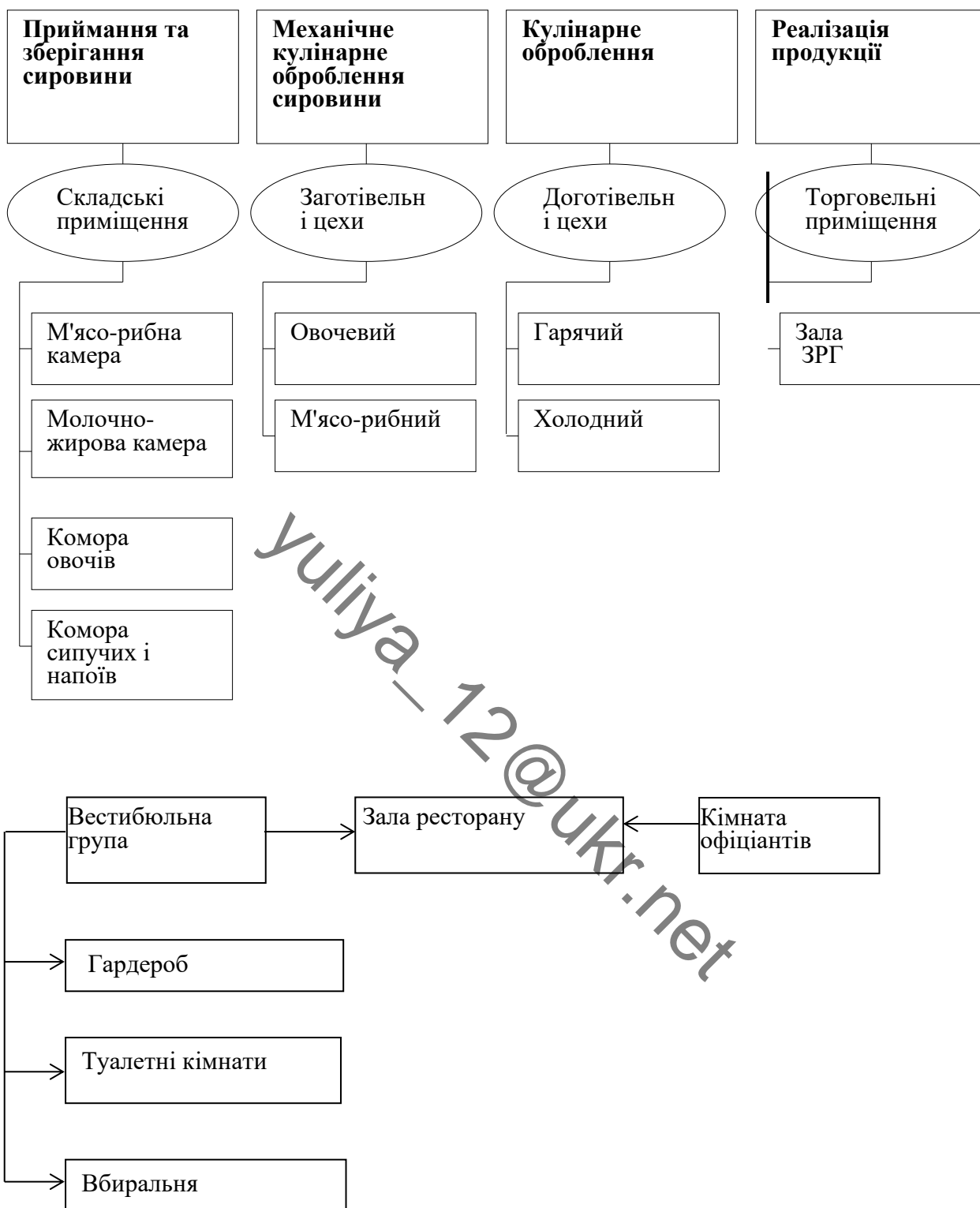


Рис. 2.2. Просторове забезпечення сервісно-виробничого процесу

2.2. Розширення асортименту суперфудів

2.2.1 Значення даної кулінарної продукції у харчуванні

Для того, щоб тримати розум і тіло в нормі, людині потрібно багате і різноманітне харчування, щоб бути завжди рухливими, активними та здоровими. Різні продукти харчування забезпечують нас різними поживними речовинами, і ключ до здорового способу життя – це їх правильне поєднання. Здорове харчування не тільки підтримує стрункість та міцність тіла, але і захищає від проблем зі здоров'ям таких, як серцеві захворювання, високий кров'яний тиск, діабет, рак тощо. Майже всі, хто веде активний спосіб життя і підраховує калорії, найкраще включати суперфуди, які забезпечують достатнім харчуванням, навіть при невеликих порціях.

Суперпродукти – це жива енергія, не зовсім їжа, але і не ліки. Коріння, насіння, квіти, водорості, листя і стебла рослин, які ростуть від індійських гір до мексиканської затоки, дають живу енергію, яку зараз із задоволенням споживають вегетаріанці, спортсмени, люди, що стежать за харчуванням і дотримуються здорового способу життя, що проходять діток-програми. Корисні добавки можна купити в онлайн-магазинах, аптеках і крамницях здорового харчування у вигляді порошків, соків, шейків, гелів і витяжок. Є в популярності Суперфуд і заслуга маркетингових стратегів. Продукти практично ніяк не позначені як "добавки" і часто не мають достатніх медичних висновків.

Суперфуд називають продукти рослинного походження - коріння, насіння і ягоди, які володіють високою концентрацією корисних речовин, унікальних за своїми властивостями. В останні роки вони стали флагманом всіх послідовників здорового способу життя.

Так звану моду на «суперпродукти» в останні роки ввели сиріїди і вегани, що стежать за своїм здоров'ям, але відмовляються отримувати користь у вигляді концентрованих вітамінів і мікроелементів з біодобавок, розроблених в лабораторіях. Вони зробили вибір на користь superfoods, які ростуть на планеті тисячоліттями, ретельно вивчивши і вибравши кращі з них.

До суперфуд відносять:

- насіння Чіа – висока концентрація жирних кислот і антиоксидантів, заліза, цинку, калію

- какао-боби – сировина для шоколаду, яка використовується за призначенням – для приготування десертів, однак виключаючи цукор, молоко та інші жирні і / або калорійні добавки

- спіруліна - водорості цінують за високий вміст протеїнів і вітаміну B12

- ягоди годжі - чемпіони за вмістом рослинного білка, вітамінів А і С

- ягоди асаї - суцільний антиоксидант і мультивітамін

- насіння льону - омега-3 плюс антиоксиданти з обволакиваючим ефектом

- каму-каму - висока концентрація вітаміну С, потужні імуностимулятор

- а також кероб, всіякі паростки, гуарана, киноа і інші крупи, корінь маки, насіння конопель, ваніль, горіхи і т.д.

Тенденція вживання суперфудів зростає з кожним днем, оскільки люди більше турбуються про своє здоров'я, ніж раніше. Давно минули часи, коли люди їли будь-що; тепер вони дотримуються правильної дієти, яка включає тільки здорову їжу. Органічна їжа є частиною здорового харчування, оскільки допомагає підтримувати ріст організму.

У різних частинах світу доступні різні види органічних продуктів харчування - від молока до овочів та від фруктів до м'яса. Унікальною особливістю таких продуктів є те, що вони доступні протягом усього року за таку ж ціну, що й інші харчові продукти.

Ці оригінальні і незвичні продукти завжди краще, ніж неорганічні. Вони вільні від будь-яких хімічних речовин; їх природним чином вирощують у фермерських господарствах фермери, використовуючи природні методи збирання їжі, наприклад, використовуючи натуральний компост, такий як коров'ячий гній, як гній. Оскільки вони виробляються природним чином, вони багаті необхідною поживною речовиною, необхідною нашому організму для росту, і допомагають підтримувати здоровий дух.

Ягоди багаті клітковиною, вітаміном С і антиоксидантами, що не піддаються старінню. Найкраще те, що їх смак абсолютно вишуканий. Можна перекусити жменюю ягід або додати їх до смузі, йогурту, вівсянки або каші.

Хрестоцвіті овочі – це життєвоважливе джерело клітковини, фітохімічних речовин та вітамінів, які не тільки допомагають покращити роботу організму людини, але й рятують від деяких видів раку. Важливими хрестоцвітними овочами є брокколі, редька, ріпа, капуста, цвітна капуста, васабі, гірчиця.

Горіхи забезпечують мікроелементи, такі як селен, разом з мононенасиченими жирами (MUFA), які, у свою чергу, зменшують небезпечний для життя ризик серцевих захворювань. Мигдаль, фундук, волоські горіхи, кешью, пекан, фісташки повинні бути включені до вашого модуля здорових закусок. Ви також можете додати їх у свої ранкові вівсяні пластівці або вечірні цільнозернові випічки.

Бобові допомагають зменшити ризик серцевих захворювань, оскільки вони багаті клітковиною, рослинним білком та фолієвою кислотою. Виберіть із широкого асортименту, яким відома Індія, і переконайтеся, що ви щодня готуєте одну основну страву з бобових, будь то червона квасоля, соєві боби, нут, сочевиця, зелений грам, чорний грам або будь-який інший бобовий за вашим вибором.

Відомо, що оливкова олія є однією з найздоровіших для приготування їжі, оскільки вона збагачена вітаміном А, мононенасиченими жирними кислотами та поліфенолами. Оливкова олія значною мірою знижує ризик серцевих захворювань.

Помідори, як відомо, знижують ризик раку передміхурової залози, оскільки вони містять багато вітаміну С і лікопіну. Помідори можна додавати практично до всього, від салатів до супів, до тарілок з макаронами до овочів.

Відомо, що цілі зерна знижують ризик серцевих захворювань, діабету та високого рівня холестерину, оскільки містять білок та складні вуглеводи разом з мінералами, фітонутрієнтами та вітамінами групи В. Вони також є багатим джерелом розчинної, а також нерозчинної клітковини. Вживання вівсянки - один з найкращих способів отримати користь від цільного зерна. Крім того, можна

перейти на багатозернову дієту, щоб отримати максимально можливе з цільного зерна найпростішим способом.

Йогурт є хорошим джерелом пробіотиків, білків і кальцію. Пробіотики відомі як "хороші бактерії" і захищають організм від шкідливих бактерій. Купуючи йогурт, потрібно пам'ятати, що не всі йогурти рівні. Потрібно уникати ароматизованого йогурту, оскільки він містить багато цукру, замість цього можна додати фрукти до простого йогурту і зберегти його здоровим.

Обов'язково потрібно включати трави та спеції, які містять безліч корисних властивостей навіть у одній чайній ложці. Можна випити суміш куркуми/чорного перцю для зміцнення імунітету, воду – для детоксикації з коріандром, м'ятою, цедрою лимона та огірком, щоб спалити жир і знищити токсини, зелений чай, збагачений силою лимона та імбиру, щоб прискорити метаболізм.

Існує багато міфів про використання суперфудів у харчуванні, що вони є фальсифікованими, мають неприємний запах і не мають смаку. Таке мислення є хибним, оскільки реальність така, що ці продукти мають набагато кращий смак, ніж органічні, і не містять неприємного запаху.

Крім того, така їжа на 100% безпечніша для вживання в їжу, і деякі дослідження також доводять, що люди, які вживають ці продукти, мають набагато здоровіше тіло і живуть довше, ніж ті, хто їсть неорганічні продукти.

2.2.2. Особливості технології даної кулінарної продукції

Десерт, як правило, є солодким (наприклад, тістечко або морозиво), але бувають і несолодкі десерти з фруктів, горіхів, сирів. Крім того, не всі солодкі страви є десертами, наприклад в китайській кухні є солодкі м'ясні страви, які не є десертами. У Китаї також зустрічаються цукерки з перцем і імбиром замість цукру. Корінні американці до приходу європейців робили шоколад з перцем і прянощами замість цукру. Навіть в російській кухні зустрічаються несолодкі десерти - наприклад, чорна ікра. Класичним французьким десертом вважається сир.

Десерти подають по-різному: вони можуть бути порційними, холодними або гарячими; десерти можна сервірувати як для фуршету, який радує різноманітністю: наприклад, частина десертів - гарячі, частина - холодні або навіть заморожені, всіляка солодка випічка, муси, торти, а також великий вибір фруктів і шоколаду.

Молочні десерти подобаються багатьом поціновувачам. До складу такого десерту завжди включають молоко. Як правило, молочні десерти не надто калорійні, після них немає відчуття важкості в шлунку. До таких десертів можна віднести морозиво, різні молочні муси і желе, йогурти, солодкі сирні сири і маси. Молочні десерти популярні в багатьох країнах, особливо у Франції.

Шоколадні десерти в своєму складі обов'язково містять какао. До них відносять шоколадні цукерки, шоколад.

Фруктові десерти прийшли до нас з теплих країн. Таких, як Індія, Китай, Італія, Єгипет та ін. В Україні вирощувати екзотичні фрукти нереально. Фруктовий десерт сьогодні можна подавати в будь-який час року. Дуже поширеним фруктовим десертом є спліт. Це банановий десерт. Банан очищають, розрізають і укладають на ванільне морозиво. Зверху це блюдо поливають солодким сиропом і прикрашають вишнею.

До фруктових десертів також можна віднести желе. Цей десерт був придуманий французькими кухарями. Він робиться зі свіжих або заморожених фруктів, з сиропів або соків, в які під час приготування додається желатин. Коли желе застигає, воно набуває драглисту консистенцію. Найголовніше при приготуванні желе: це домогтися насиченого кольору і прозорості. Якщо в желе додають шматочки фруктів, то всі вони повинні бути чітко видні - настільки прозорим мусить виходити желе.

Десерт може бути «парфе» або молочним: сьогодні завдяки високоякісним заміників молока кондитери готують чудові десерти «парфе».

Сорбе - це смачний повітряний заморожений десерт, для якого характерна різноманітність колірних поєднань і дивовижних смаків, включаючи смак свіжих фруктів. Іноді в його склад вводиться навіть алкоголь. Сорбе з його вельми

ніжною консистенцією і домінантним смаком особливо гарний після рясної трапези.

Десерт з очищених фруктів рекомендується подавати після насиченої ситної трапези, що складається з великої кількості страв.

Для приготування десертів, які потребують випічки, необхідні досвід і терпіння. Виготовлення кондитерських виробів – особливе мистецтво, тому на кухні, крім звичайного повара, є і кондитер.

Дуже важливо, як виглядає десерт. Він повинен бути естетичним і радувати кольоровою гамою. Відомо, що спочатку ми «їмо» очима, і тільки після цього з'являється бажання спробувати блюдо.

Морозиво - це дуже популярний десерт. Воно може бути молочним, «парфе», фруктовим, з добавками (з шматочками печива, сухофруктів). Морозиво рекомендується вийняти з морозильної камери за кілька хвилин до подачі, щоб воно злегка пом'якшало. Це покращує смак і консистенцію морозива. Крім того, так буде простіше ділити його на порції.

Печиво - це теж десерт або відмінне частування. Воно ідеально підходить до кави - печиво можна вмочати в чашку з гарячим напоєм, щоб розм'якшилося і «поділилося» своїм смаком з кавою або шоколом.

Для приготування десерту на основі тіста, краще випікати його безпосередньо перед подачею, і тоді ваш десерт буде свіжим і бездоганним.

Змішані десерти. До цієї групи можна віднести пудинг, суфле, мус.

Суфле – це легкий і повітряний десерт. Основу складають яйця. Причому білки збиваються окремо, саме вони і надають легкість цього десерту. А жовтки з'єднуються з іншими інгредієнтами: сиром, фруктами, овочами і навіть крупами. Повинна вийти маса, що нагадує за консистенцією сметану. Готове суфле можна прикрасити свіжими фруктами, ягодами, шматочком лимона або апельсина, кремом, можна посипати подрібненими горіхами або тертим шоколадом.

Мус – охолоджене желе, яке збивається до утворення піни. Як правило, основу мусів становить якась ароматична підстава - сік, фруктове пюре, шоколад,

виноградне вино і т.д. До цього додаються яєчні білки (для утворення піни) і желатин (для фіксації піни).

Пудинг – дуже незвичайний десерт. В його основі лежить рис і білий хліб. Часом начинка може бути не тільки фруктові, але і м'ясної. Спочатку це блюдо готувалося із залишків різних страв, яке з'єднували в одне ціле. Таке «об'єднання» стали називати пудингом. Щоб пудинг не розпадається, його потрібно було чимось скріпити. Для цього готували суміш з яйця з молоком або алкоголем (коньяк, ром).

В роботі для розширення асортименту десертів пропонується розробити технологію пудинг на основі суперфудів, а саме йогурту, насіння чіа, та кокосових пластівців.

2.2.3. Шляхи підвищення харчової цінності кулінарної продукції

Через свою користь насіння чіа уособлюють весь суперфуд світу. Це крихітне американське високорізне насіння дало поштовх цілій хвилі суперздорових продуктів з підвищеною поживною цінністю.

Насіння чіа — південноамериканський продукт, який племена майя використовували як основний харчовий продукт. У перекладі з стародавньої мови майя «чіа» – це «сила». У стародавні часи жінки додавали їх в їжу і косметику (під час приготування маски або іншого косметичного продукту), а чоловіки, в свою чергу, брали їх з собою на битву як джерело відновлення сил. Зерна чіа були настільки цінними, що їх використовували і як грошові кошти, на які можна було купити раба або сплатити податки.

Після нападу іспанських військ на індіанські землі постраждали не тільки племена, а й рослини цих земель. Чагарники знищувалися, а місцевому населенню заборонялося їх вирощувати знову. Саме тому сьогодні чіа вирощуються в Мексиці, Еквадорі, Австралії, Гватемалі та Болівії. Насіння чіа – це дрібні зернятка різних кольорів: білі, чорні й сірі. Сама рослина досягає 1 м у висоту, а на смак вони абсолютно нейтральні. Україна нещодавно дізналася все про користь насіння чіа, в ми стали відчувати на собі всі принади цього суперфуду.

Склад насіння чіа — дуже багатий. Якщо ви шукали продукт, який буде багатий рослинними білками, клітковиною, омега-3, магнієм, кальцієм і фосфором. Чіа – потужний антиоксидант і продукт, який в перших рядах в номінації найкориснішого в 2020 році.

Користь насіння чіа в тому, що вони результативно працюють із зайвим холестеринном в організмі. Вживання швидко нормалізує тиск, знижує ризик інсульту й інших серцево-судинних захворювань, а ще насіння блискуче виводять зайву воду з організму (ті, хто худнуть, оцінять). Також, коли ми замочуємо чіа в воді, через кілька хвилин навколо кожного зернятка утворюється желеподібний шар. Коли такий гель з самим чіа всередині потрапляє в шлунок, створюється бар'єр між травними ферментами та їжею, що надходить. Це сприяє повільному перетворенню вуглеводів на цукор і дозволяє тривалий час підтримувати низький рівень цукру в крові. Крім того, створюється додатковий обсяг, а це непогано насичує. Про користь чіа вже написано цілі оди, перераховувати можна довго. Мінусів у чіа немає. Також насіння чіа корисні для підтримки не тільки внутрішнього здоров'я, а й зовнішнього вигляду (шкіра, волосся). За це відповідають високий вміст ліноленової, омега-3 й інших ненасичених жирних кислот у складі. Але крім кислот і білка, однією з головних переваг чіа виділяють пристойну порцію антиоксидантів – головних сповільнювачів старіння організму. Для порівняння: пара ложок чіа рази в три крутіше за чашку зеленого чаю і пари склянок чорниці.

Насіння чіа корисне для жінок, оскільки позитивно впливають на роботу шлунково-кишкового тракту, регулюють рівень глюкози в крові, покращують стан шкіри, волосся і нігтів. Чіа допоможуть вам схуднути, систематичне вживання допоможе: знижує апетит; придушує почуття голоду; прискорює обмін речовин; спалює жири. Доведена користь насіння чіа у боротьбі із залізодефіцитною анемією. Через великий вміст заліза ви збільшите показник феритину, отже, забудете про анемію. Більш того, в насінні містяться жирні кислоти, наприклад омега-3, яка запобігає запальним процесам, зміцнює серцево-судинну систему, відновлює роботу гормонального фону і покращує зір. Корисні

властивості насіння чіа, а саме, велика концентрація кальцію допомагає людям за наявності проблем опорно-рухового апарату: зміцнює кістки і зуби. Чіа використовуються як натуральний антибіотик. Вони володіють протибактеріальною властивістю, а також допомагають організму боротися з інфекційними та бактеріальними порушеннями. Слід зазначити, що в 100 г продукту міститься 16,5 г білка, 30,7 г жирів і 42,2 г вуглеводів. Калорійність насіння чіа достатньо висока — 486 ккал, тому лікарі рекомендують вживати не більше 1 столової ложки на добу, як жінкам, так і чоловікам.

Рекомендована доза насіння чіа – не більше 1 столової ложки на добу – як жінкам, так і чоловікам. Цей суперфуд може принести як користь, так і шкоду. Попри величезний перелік корисних факторів для організму, чіа необхідно додавати до свого раціону поступово, а деяким і зовсім уникати. Насіння чіа заборонено, якщо у вас алергія на цей продукт або ви гіпотонік, краще не вдаватися до його вживання. Якщо приймаєте аспірин, вам також слід забути про цей продукт, адже насіння чіа мають властивість розріджувати кров. А вагітним та годуючим обов'язково потрібно проконсультуватися з лікарем перед початком вживання суперфуду. Не рекомендують чіа тим, хто страждають діареєю і підвищеним газоутворенням, при індивідуальній негативній реакції і захворюваннях щитовидної залози.

Використовують як в чистому вигляді, так і в розмоченому, размолотому. Можна з'їсти столову ложку насіння і запити 1-2 склянкою води. Протягом десяти хвилин вони розбухнуть в шлунку і заповнять простір, створивши помилкове відчуття ситості. Насіння додають в каші, смузі і навіть пудинги.

Йогурт — один з найпопулярніших кисломолочних продуктів. Приємний ніжний смак — не єдина його гідність. Щоб оцінити продукт повною мірою, потрібно розібратися, в чому полягають користь і шкода йогурту.

Класична рецептура передбачає змішання всього двох інгредієнтів молока і закваски, що складається з болгарської молочнокислої палички і термофільного стрептокока. І в окремих країнах світу словом «йогурт» називають тільки такі

продукти. Але не скрізь до йогуртовим продуктів підходять настільки суворо, і в цілому їх можна розділити на три види:

натуральні — без додаткових інгредієнтів, що включають в себе тільки молоко і закваску;

фруктові — з сиропами або шматочками натуральних фруктів;

ароматизовані — з додаванням цукру і штучних ароматизаторів.

Крім того, йогурти бувають «живими» і «неживими». Перші зроблені з використанням живих бактерій, не містять консервуючих речовин і зберігаються не довше тижня. Другі піддані термічній обробці, законсервовані й можуть зберігатися набагато довше, але і користь їх куди менше.

У зв'язку з цим виникає питання, який йогурт найкорисніший. Безумовно, це натуральний «живий» продукт з молока і закваски — в ньому міститься максимальна концентрація цінних речовин.

Йогурти в магазинах не тільки представлені трьома основними різновидами, але й мають різну жирність. Тому калорійність на 100 грам йогурту широко варіюється. У середньому вона становить близько 65 – 70 калорій, але може бути більше або менше.

Незалежно від своєї різновиди, продукт насичений цінними елементами і вітамінами. Так, звичайне натуральне ласощі без добавок містить: основні макроелементи — калій і натрій, кальцій і магній, фосфор і хлор; мікроелементи — залізо, мідь, йод і молібден, кобальт і селен; вітаміни А, З, а також В1, В2, В12; вітамін а і бета-каротин; піридоксин та ніацин; холін і пантотенову кислоту; амінокислоти і жирні кислоти.

Крім того, в продукті обов'язково присутній корисна для кишечника молочна кислота.

Незалежно від своєї різновиди, продукт насичений цінними елементами і вітамінами. Так, звичайне натуральне ласощі без добавок містить: основні макроелементи — калій і натрій, кальцій і магній, фосфор і хлор; мікроелементи — залізо, мідь, йод і молібден, кобальт і селен; вітаміни А, З, а також В1, В2, В12;

вітамін а і бета-каротин; піридоксин та ніацин; холін і пантотенову кислоту; амінокислоти і жирні кислоти.

Крім того, в продукті обов'язково присутній корисна для кишечника молочна кислота.

Ласощі не тільки смачне, але і володіє цінністю, з точки зору корисних властивостей. Розглянемо, як саме вона діє на організм.

Основна користь полягає в декількох властивості. Йогурт: стимулює правильну роботу шлунка і кишечника; допомагає організму швидше очищатися від токсинів і шлаків; регулює мікрофлору кишечника; бореться з шкідливими мікроорганізмами в шлунково-кишковому тракті; опосередковано сприяє підвищенню імунітету.

Кокосове молоко за цариці Савської називали «еліксиром молодості». Його добували з кокоса, який відомий своїми корисними властивостями. В сучасному використанні всі частини горіха знайшли застосування. З волокон роблять міцні мотузки, рідину використовують як напій, з м'якоті одержують стружку. Користь і шкода кокосової стружки – це предмет суперечок на кулінарних форумах і конференціях.

У промисловому виробництві стружку готують по-різному. Сорт залежить від того, як просіюють одержаний макуха і що залишається в результаті:

сорт coarse цінується на ринку найменше, це вид грубого помелу, в ньому можуть зустрічатися дрібні порошинки;

сорт medium має середній розмір, наптан жиром, від нього на серветці залишається жирний слід;

сорт fine – найдорожчий вид, він дрібний, кришталево-білий, несолодкий, з високим вмістом жиру.

Для того щоб підвищувати обсяги продажів продукту, виробники додають в пакетики зі стружкою підсолоджувач, це зменшує її корисні властивості.

Користь і шкода кокосової стружки для організму людини визначається тим, які речовини має у складі горіх. Його м'якоть, багата корисними речовинами, містить: більше 20 амінокислот; вітаміни В, А, Е; мікроелементи, у складі яких:

магній, фосфор, залізо, цинк, калій, селен; насичені жирні кислоти; ефірні масла; антиоксиданти.

У м'якоті містяться харчові волокна, які надають користь системі травлення.

Мікроелементи, якими багата кокосова стружка, визначають ступінь її користі або шкоди для організму. Сполуки калію, магнію, фосфору, заліза приймають участь у побудові кісткової тканини, розвитку м'язової маси, становленні скелетних кісток. Багато елементи справляють корисний вплив на стан волосся, нігтів, шкірних покривів людини.

Особливо багата м'якоть вмістом марганцю, який робить корисний вплив на будівництво сполучних тканин. Недолік цієї речовини призводить до уповільнення фізичного розвитку, впливає на репродуктивні властивості системи, відновлює її природне функціонування. Необхідно відзначити користь харчових волокон, якими багата м'якоть горіха. Волокна активно впливають на всю систему травлення людини. Вони допомагають засвоєнню, перетравленню їжі. Головною властивістю вважають їх допомогу у виведенні токсинів, очищення кишечника.

Стружку в якості добавки рекомендують людям, які страждають урологічними захворюваннями. Нерідко вона застосовується у тих, хто прагне знизити рівень шкідливого холестерину в крові. М'якоть вживають при прояві простудних симптомів, так як вона володіє корисними антиоксидантними властивостями.

Отже, проведений аналіз сировини підтверджує, що скомбінувавши вищеперелічені сировинні компоненти, можна отримати страву з високою харчовою цінністю, яку можна оцінити як Суперфуд.

2.2.4. Розроблення рецептури і технології нової продукції

Страву, що розробляється можна віднести до групи дієтичного харчування. Аналіз рецептурного складу фірмової страви на основі насіння чіа, йогурту та кокосової стружки «Пудинг-Суперфуд».

Таблиця 2.1

Аналіз рецептурного складу розробленої страви

Найменування продукту	Кількість,г		Масова частка в % до маси сировини	Функціональне призначення
	брутто	нетто		
Йогурт	150	150	42,86	Основна сировина
Насіння Чіа	25	25	7,14	Основна сировина
Кокосова стружка	15	15	4,29	Смакова добавка
Батат	165	150	42,86	Основна сировина
Свіжі ягоди для прикраси	10	10	2,86	Смакова добавка Для оздоблення страви
Маса напівфабрикату		350	100	
Вихід		300		

Технологія приготування

Залити чіа йогуртом, додати какао, кокосову стружку і перемішати. Поставити суміш в холодильник на ніч, а якщо немає часу - хоча б на 20 хвилин. В готовий пудинг додати запечений батат або гарбуз, або будь-який фрукт, попередньо розм'якшивши виделкою. Прикрасити пудинг свіжими ягодами і листочками м'яти.

2.2.5. Визначення показників якості розробленої продукції

Нові страви, приготовлені за розробленими рецептурами були відпрацьовані в лабораторії кафедри Технологій харчових виробництв і ресторанного господарства і були продегустовані викладачами кафедри та одержали високі оцінки за органолептичними показниками. Була розроблена шкала бальної оцінки якості нових страв із фаршированих баклажанів.

При розробці технологічних карток потрібно враховувати результати контрольних дегустацій, використовуючи при цьому зразки, які отримували найвищі бали.

У технологічних картках вказуються норми витрат сировини брутто на 1 порцію, масу нетто (з урахуванням норм відходів при механічному кулінарному оброблянні), вихід напівфабрикату, вихід готової страви.

Технологічні карти не підлягають державній реєстрації у Державному

комітеті стандартизації, метрології та сертифікації України.

На нові фірмові страви та вироби у сфері ресторанного господарства мають бути складені технологічні карти. У картах зазначаються: опис технологічного процесу приготування, а також перелік продуктів, продовольчої сировини, речовин і супутніх матеріалів, що застосовуються в процесі приготування, із зазначенням даних про норми їх вмісту в кінцевому харчовому продукті. Рецепт є власністю виробника.

Таблиця 2.2

Шкала бальної оцінки якості других фаршированих страв

Показники якості	Відмінно (5)	Добре (4)	Задовільно (3)	Незадовільно (2)
Смак	Властивий продуктам, помірно солодкий	Властивий продуктам, не солодкий, терпкуватий	Легкий сторонній присмак	Не властивий продуктам
Запах	Властивий продуктам, приємний	Властивий продуктам	Легкий сторонній	Не властивий продуктам
Зовнішній вигляд	Зберігає форму, без тріщин і пошкоджень, без капель вологи.	Не збережена форма, нерівномірна, поверхня блискуча	Поверхня не блискуча, суха	Не має товарного вигляду
Консистенція	Напівгуста, частково текуча	Напівгуста, частково текуча	Напівгуста, текуча	Рідка, текуча
Колір	Характерний вареним, смаженим і печеним компонентам страви	Колір дещо змінений, не яскравий.	Однотонний колір	Підгорілих продуктів

Таблиця 2.3

Результати дегустаційної оцінки страв

Назва виробів	Смак		Запах		Зовнішній вигляд		Консистенція		Колір		Середній бал з КВ
	без КВ	з КВ 2	без КВ	з КВ 1	без КВ	з КВ 1	без КВ	з КВ 0,5	без КВ	з КВ 0,5	
«Пудинг Суперфуд	5	10	4,8	4,8	5	5	4,8	2,4	5	2,5	24,65

За результатами органолептичної оцінки дослідний зразок Суперфуду має вищі смакові властивості, текстуру і зовнішній вигляд, це підтверджено достатньої кількістю набраних балів, що підтверджують акти дегустації.

Таблиця 2.4

Органолептична оцінка якості солодких страв

Показники	Характеристика
Колір	Відповідає сировині, що використана для приготування
Консистенція	Напівгуста, частково текуча
Запах	Приємний і ароматний шоколаду з тонкими нотами персиків
Смак	Властивий шоколаду та солодким персикам
Зовнішній вигляд	Зберігає форму, без тріщин і пошкоджень, без капель вологи.

Проведений аналіз сировини підтверджує, що скомбінувавши вищеперелічені сировинні компоненти, можна отримати страву з високою харчовою цінністю, яку можна оцінити як Суперфуд. На фірмову страву розроблено технологічні картки (Додаток А), запропоновано схему впровадження системи НАССР.

2.3 Розроблення виробничої програми підприємства

Чисельність споживачів, що харчуються у залах закладів, визначається за формулою:

$$N = P \cdot \eta, \text{ осіб} \quad (1.1)$$

$$N = 84 \cdot 4 = 336 \text{ осіб}$$

де N- кількість споживачів за день, осіб;

P- кількість місць у залі;

η - середня оборотність місць у залі за день.

Кількість продукції власного виробництва і покупних товарів за нормами споживання. Результати наведено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Визначення кількості страв та іншої продукції власного виробництва і
покупних товарів**

Назва продукції	Одиниця виміру	Норма споживання на 1 людину	Кількість продукції на 336 осіб
Страви			
Холодні закуски	страв	1,3	455
Супи	страв	0,5	175
Другі страви	страв	1,4	490
Солодкі страви	страв	0,3	105
Інша продукція власного виробництва і покупні товари			
Гарячі напої	л	0,05	17
Холодні напої	л	0,2	70
Хлібобулочні вироби	кг	0,13	45
Борошняні кондитерські вироби	шт.	0,3	105

Виробничу програму закладу розробляють з урахуванням рекомендованого асортиментного мінімуму з використанням збірників рецептур страв і кулінарних виробів [9,10,11,12,18] і надають у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Виробнича програма закладу

№ за зб. рец.	Назва страви	Вихід страви, г	Кількість страв, порц.
	Холодні страви		
9.1	Шпинат з оцтом і часником	150	25
9.4	Салат з портулаку городнього	150	40
9.6	Схторац (баклажан з часниковою начинкою)	150	30
9.40	Бумбар (баранячі ковбаски)	100	80
9.23	Баклажани фаршировані горохом	100	75
9.22	Борани з овочів	150	65
9.5	Салат із спаржі з яйцями	150	25
9.3	Салат із стручків квасолі	150	40
9.2	Салат з червоної квасолі	150	75
	Супи		
9.14	Суп з яловичини з шпинатом	300	60
9.16	Суп грибний з ариштою (домашньою локшиною)	300	70
9.20	Суп-пюре з білої квасолі	300	45
	Другі страви		

№ за зб. рец.	Назва страви	Вихід страви, г	Кількість страв, порц.
9.31 /1.324	Шхан припушений (форель)	100/125/5	75
9.33 /9.55	Сиг тушкований з овочами	150/200	30
9.41 /9.57	Тжвжик (піджарка з субпродуктів)	170/150	35
9.46	Креган із курагою (м'ясо тушковане з курагою)	250	60
9.47/ 1.338	Папкени «Ширакське»	100/160/10	65
9.49	Махоз (м'ясо-круп'яні кульки)	95/10	60
9.50	Толма в капустяних пелюстках	230/130	45
9.51	Армлов	230	50
9.53	Борани з курчат з баклажанами	335	70
	Гарніри		
9.55	Айлазан	150	90
9.56	Гарнір до шашиків (літній)	150	75
9.57	Гарнір до шашиків (зимовий)	150	80
	Солодкі страви		
9.59	Акандж (вушка)	20/10	35
9.60	Патар молочний (галушки молочні)	110/5	30
1.399	Пінник з сиру та моркви	175	15
1.405	Бабка з вишень	150	25
	Гарячі напої		
1.427	Чай із липового цвіту	200	2 (10)
1.431	Кава	100	10 (100)
1.426	Чай по-сіверськи	200	5 (25)
	Холодні напої		
9.58	Тан (напій кисломолочний)	150	25 (167)
1.429	Напій з шипшини	150	20 (134)
1.422	Напій з бурякового та морквяного соків	200	25 (125)
	Хлібобулочні вироби		
ТК	Хліб пшеничний	10	49 кг
ТК	Закупні (хліб житній)	10	49 кг
	Борошняні кондитерські вироби		
1.469	Млинці на кислому молоці	160	21
2.120	Пиріжки з сирним або картопляним фаршем	150	21
5.63	Печиво (Херкуло)	150	21
8.54	Мчаді (корж кукурудзяний)	150	21
10.59	Булочка ванільна	135/10	21

У групу адміністративно - побутових приміщень входять; бухгалтерія, гардероби для персоналу з душовими кабінками, санвузол.

Загальна чисельність виробничих працівників складає осіб. Гардероби для персоналу проектують із розрахунку зберігання в них одягу 85% працюючих на підприємстві. Норма площі – 0,35 м² на одного робітника для верхнього одягу і 0,25 м² – для домашнього . Площа гардеробу складає:

$$S_{\text{гард}} = 0,6 \cdot 15 = 9 \text{ м}^2$$

У гардеробах встановлюємо шафи для одягу розміром 500x500x1800.

До складу адміністрації входять директор і бухгалтер. Площу бухгалтерії приймаємо з розрахунку 4 (6) м² на одного працівника :

$$S_{\text{бух}} = 2 \cdot 4 = 8 \text{ м}^2$$

У групу технічних приміщень входять: електрощитова – 5,5 м².

2.7 Об'ємно-планувальне і конструктивне рішення підприємства

Для визначення об'ємно-планувального рішення підприємства розраховуємо корисну площу будівлі (табл. 2.39).

Таблиця 2.39

Склад і площі приміщень ресторану

Найменування приміщень	Площа приміщень, м ²
<i>Торгівельні</i>	
Зала	126
Вестибюль	21
Гардероб	10,5
Мийна столового посуду	11,1
Сервізна	3,9
Санвузли	5,4
<i>Виробничі</i>	
Овочевий цех	8
М'ясо-рибний цех	8,12
Гарячий цех	12,06
Холодний цех	3,38
<i>Допоміжні</i>	
Мийна кухонного посуду	5,7
Комора добового запасу	5,11

Найменування приміщень	Площа приміщень, м ²
<i>Складські</i>	
Комора овочів	8,82
Комора фруктів та зелені	6
Комора сухих продуктів і напоїв	10,58
М'ясо-рибна камера	5,48
Молочно-жирова камера	4,81
<i>Адміністративно-побутові</i>	
Гардероб персоналу	9
Душова	5,4
Санвузол	5,4
Бухгалтерія	8
<i>Технічні</i>	
Електрощитова	5,5
Корисна площа закладу, S_k	281,14

Робочу площу будівлі визначаємо з урахуванням площ коридорів за формулою:

$$S_{\text{роб}} = S_k \cdot k_1, \text{ м}^2, \quad (2.21)$$

де: k_1 – коефіцієнт, що враховує коридори.

$$S_{\text{роб}} = 281,14 \cdot 1,15 = 323,31 \text{ м}^2.$$

Загальну площу будівлі визначаємо з врахуванням площі конструктивних елементів будівлі (стіни, сходи) за формулою

$$S_{\text{заг}} = S_{\text{роб}} \cdot k_2, \text{ м}^2; \quad (2.22)$$

де: k_2 – коефіцієнт збільшення площі.

$$S_{\text{заг}} = 323,31 \cdot 1,1 = 355,64 \text{ м}^2.$$

Приймаємо ширину будівлі 18 м. Довжину будівлі розраховуємо за формулою:

$$L_{\text{буд}} = \frac{S_n}{H_{\text{буд}}}, \text{ м}; \quad (2.23)$$

де: $H_{\text{буд}}$ - ширина будівлі, м ($H_{\text{буд}} = 12 \text{ м}, 18 \text{ м}, 24 \text{ м}$).

$$L = 355,64 / 18 = 19,75 \text{ м}.$$

Приймаємо одноповерхову будівлю розміром 19,75 x 18 м. Прийнята сітка колон 6 x 6 і 6 x 3 м.

Висновки до розділу 2

Проектоване підприємство на 85 місць буде мати режим роботи з 12 до 23 годин сім днів на тиждень. На підприємстві буде обслуговування відвідувачів протягом робочого дня, а також планується надавати послуги з організації банкетів.

Розроблена виробнича програма на основі якої розраховані виробничі приміщення та підібрано технологічне обладнання.

yuliya_12@ukr.net

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ

3.1 Організація виробництва

Загальна характеристика підприємства.

Ресторан - це місце інтенсивного соціального спілкування. Ресторанний бізнес захоплюючий і перспективний: правильний вибір місця і кухні, атмосфери і гарно організоване обслуговування створюють можливості для притягнення ринку і дають гарний прибуток на інвестиції [14].

Ресторан «Вірменський провулок» розташований на окраїні міста Харків по Шевченківському провулку.

Аналіз виробничих доготівельних цехів.

Як відомо, правильне розміщення виробничих цехів, раціональна організація робочих місць забезпечують підвищення продуктивності праці, дозволяють економічно використовувати сировину, скорочувати відходи при первинній обробці продуктів і покращують якість виготовлюваних виробів.

На сучасному підприємстві громадського харчування приготування їжі організовується промисловими «способами» - з використанням високопродуктивного обладнання, функціональних ємкостей і засобів їх переміщення.

На даному підприємстві висота виробничих приміщень стає 3.2 метра, стіни обкладені плиткою на висоту 1.5 метра у цехах водонепроникна підлога зі оклоном для стікання води, використовується як природне так і штучне освітлення (люмінесцентні лампи денного освітлення). Цехи окрім вентиляції обладнані автоматичними установками для кондиціонування повітря, що забезпечує не тільки потрібну температуру, але і вологість повітря, створює хороший мікроклімат.

Гаряча і холодна вода підведена до ванн, раковин, плит і котлів. Каналізація забезпечує швидке видалення відходів і стічних вод, всі труби сховані у підлозі і настилах.

- розвіз відпочиваючих додому на транспорті ресторану або відвідувачів за окрему плату;
- на території ресторану є банкомат, розрахунок в ресторані готівковий і безготівковий;
- надання детальної інформації про ресторан і його послуги на сайті ресторану в Internet.

Кількість офіціантів розраховуємо з нормативу обслуговування 24-26 місць на одного [37]. Приймаємо дві бригади офіціантів, які працюють через день по 11,5 год. і 1 год. перерва. У кожній бригаді працюють: бригадир 5 розряду, три офіціанти 4 розряду. За барною стійкою працює бармен 4 розряду також по 11,5 год. Час роботи офіціантів і бармена: 9:00 по 20:00.

3.3 Рекламне забезпечення діяльності підприємства

В ресторані «Вірменський провулок» відкриваються таємниці дивовижного світу традицій незнайомих країн. Все в ресторані створено для приємного проведення часу гостей. Вже на вході Ви помітите багатство інтер'єру, яке приглянеться кожному.

Ресторан пропонує класичну вірменську кухню та деякі види солодких страв і напоїв змішаної кухні. Страви готують гостям істинні майстри кулінарного мистецтва, спеціально запрошені з Вірменії.

Тільки естетам і цінителям краси, розкоші і витонченості, якості життя та себе самих, відкриває свої двері ресторан «Вірменський провулок». Тут час уповільнює біг, тут кожен гість - правитель. Всі смаки й уподобання задовольняються в місці перетину часів і країн, вогню і води, землі і повітря і Ви повернетесь сюди для отримання насолоди самим життям.

Назва ресторану «Вірменський провулок» відповідає тій кухні, яка пропонується споживачеві, чітко і лаконічно, доступно для розуміння без прихованих підтекстів, відвідувачі за своїми вподобаннями лише з назви ресторану зможуть визначити яка кухня присутня в меню.

У ресторанному господарстві реклама має цілу низку специфічних особливостей. Це перш за все;

- інформація про місце розташування ресторану, послуги, що надаються в ньому;
- реклама повинна сприяти залученню туди потенційних споживачів, створення позитивної думки про це підприємство[19].

Для реклами ресторану ми будемо використовувати найрізноманітніші засоби: вивіски, вітрини, плакати, газети, радіо, телебачення.

При створенні реклами для ресторану слід ретельно враховувати призначення підприємства, його стиль, атмосферу яка панує в ньому.

Реклама ресторану «Вірменський провулок» починається з його зовнішнього оформлення. Гарний екстер'єр та яскраві вивіски можуть залучити увагу споживачів, які навіть не є великими прихильниками вірменської кухні, тому підхід до зовнішнього оформлення ресторану обираю в тенденціях останніх років. Стіни та вікна оздоблені футуристичними деталями в нюдових тонах, переважають коричневі та кремові кольори. Також можна оформити вітрину у вікнах ресторану де з кожною порою року, або до тематичних свят можна оформляти декоровану зону у стилі ресторану. Це також буде позитивно діяти на увагу людей. Скляну вітрину можна закрити красивими орнаментальними тканинами, виконаними в національному стилі. На їх фоні підвісити прикрашені різьблені дошки з перерахуванням послуг, що надаються в даному ресторані споживачам.

Для реклами ресторану можна використовувати фасади будинків і брендмауери. Панно, транспаранти розмістити неподалік від ресторану, або навіть при вході в нього. Помітний малюнок, виконаний оригінально, з творною фантазією і вигадкою, завжди привертає увагу споживачів. Його зміст може відображати найрізноманітніші аспекти діяльності підприємств . фірмові страви, марки напоїв, традиції, додаткові послуги, пропоновані підприємством.

Найбільш поширеним засобом вулицьної реклами є вивіски, які знайомлять споживачів з типом підприємства, його спеціалізацією. Вивіска це свого роду візитна картка ресторану, яка служить важливим елементом

зовнішньої реклами. Тому одним з головних видів реклами будуть саме вивіски по місту та за його межами [19].

Для залучення уваги до фірмових страв можна використовувати рекламні листівки. Друкована реклама, розрахована на пішоходів, пасажирів міського транспорту, повинна бути лаконічною, складатися з двох, трьох фраз, написаних великим і яскравим шрифтом, Наприклад : «Ресторан вірменської кухні «Вірменський провулок» - відчуй смак справжньої екзотики!», «Зустрічаємо з посмішкою, готуємо з любов'ю».

Плакати на зупинках транспорту можуть бути більш докладними, тому що споживачі мають у своєму розпорядженні необхідний час, щоб ознайомитися з об'єктом реклами, тому є варіант і такого розповсюдження інформації.

Важливий елемент реклами, емблема ресторану. гарний рекламний ефект дає її використання в поєднанні з цікавим шрифтом, малюнком. Непогано, коли емблема або значок прикрашає і одяг офіціанта, і плакати, і саму вивіску ресторану. Тому в моєму ресторані буде розроблена емблема у вигляді герба з рослинними елементами та вогнем, що є символом палких та одночасно ніжних страв меню, та фірмовою назвою ресторану під ним.

Сучасна реклама не обмежується дією тільки в місцях продажу. Вона шукає споживача і активно впливає на нього за допомогою радіо, газет, телебачення. Засоби масової інформації можуть формувати громадську думку про ресторан. Тому для максимального ознайомлення людей можна використати й цей вид реклами[20].

Меню саме по собі може служити засобом реклами. Яскраво оформлене меню з чітко надрукованими [21].

Назвами страв і цінами свідчить про високий рівень обслуговування в ресторані. На обкладинках меню крім емблеми ресторану помістимо фотографії фірмових страв. Також можна картки меню роздавати у вигляді сувенірів поряд з підносами, попільничками, що мають емблему даного ресторану, ці речі, знаки уваги до споживача, зайвий раз нагадають про ресторан фірмовою емблемою або запрошенням знову прийти сюди пообідати.

Основною дизайнерською ідеєю буде вираження традицій і стилів національного характеру у поєднанні з футуризмом, наприклад в суміші вишитих ковдр ручної роботи з орнаментом та білих шкіряних крісел з останніх колекцій. Підкреслювати дизайн будуть великі круглі столи з полірованого дуба, з оксамитовим драпіруванням темно-шоколадного кольору та столики з палісандра. А такі яскраві деталі, як кільця на колонах з нержавіючої сталі, з під яких струмує червоне неонове світло, або червні живі квіти на столах, пожвавлюватимуть простір і робитимуть його сучасним.

Висновки до розділу 3

Характерною рисою сучасної реклами є придбання нею нової ролі в результаті залучення до процесу управління виробничо-збутовою діяльністю промислових і сервісних фірм.

Суть основної ролі реклами в тому, що вона стала невід'ємною і активною частиною комплексної системи маркетингу, рівень розвитку якої визначає якість, ефективність рекламно-інформаційної діяльності керівника і її відповідність новим вимогам ринку. При цьому підкреслюється, що головною функцією реклами є індивідуалізація закладу, тобто виділення його з основної маси конкуруючих підприємств шляхом підкреслення якої-небудь властивої тільки йому відмінної риси, а саме національна вірменська кухня та новітній дизайн з елементами етносу, які здатні більш повно задовольнити потреби споживачів.

РОЗДІЛ 4
АРХІТЕКТУРНО-БУДІВЕЛЬНИЙ

Таблиця 4.1

Характеристика архітектурно-будівельних рішень

Перелік основних даних	Характеристики
Характеристика земельної ділянки об'єкту проектування	
Місто, с.м.т, район розміщення об'єкту проектування	Шевченківський провулок, 40 м. Харків
Кліматичні умови району будівництва	Відповідно до кліматичного районування територія ділянки розташована в І-му (північно-західному) кліматичному районі [1]. Клімат району – помірно-континентальний. Середня кількість опадів за рік – 640 мм. Температура повітря: - середньорічна + 6,5 °С; - абсолютний мінімум – 34,6 °С; - абсолютний максимум + 37,5 °С. В плані сейсмічної характеристики територія відноситься до несейсмічної зони – 5 балів Розрахункова глибина промерзання ґрунту – 1,2 м. Переважаючий напрямок вітру: взимку та влітку – західні та північно-західні.
Опис земельної ділянки підприємства	Земельна ділянка відповідає будівельним і санітарно-технічним нормам, які передбачені для підприємств харчової промисловості. Будівлі та споруди, що підлягають зносу – відсутні. Характер рельєфу місця будівництва – спокійний, з незначним ухилом на південний

Перелік основних даних	Характеристики
	схід. Грунт на ділянці забудови – глинисто-піщаний.
Організація транспортних під'їздів до підприємства	Для автотранспорту, який завозить сировину і продукти, передбачений односторонній тупиковий в'їзд на господарчий двір шириною 5,0м. Ширина пішохідної доріжки 4 м
Площа земельної ділянки	2200 м ²
Площа забудови	502 м ²
Площа доріг та тротуарів	497 м ²
Площа озеленення земельної ділянки	726 м ²
Ланшафт території та малі архітектурні форми на ділянці	<p>Територія ділянки підприємства розташована у лісостеповій зоні Лівобережної України</p> <p>В якості огородження зі сторони господарського двору та паркової зони використано сітку, із західної сторони – декоративне із зелених насаджених кущів</p> <p>Для озеленення території висаджено листкові дерева, кущі, стрижені газон. Майданчик для сміттєзбірників огорожений панелями із сайдингу.</p> <p>Для озеленення ділянки використовуємо місцеві породи дерев. На фасаді підприємства розташований рекламний щит розмірами 3,5-0,5 м, який вночі підсвічується неоновими лампами.</p>
Генеральний план території ділянки	<p>Генеральний план території земельної ділянки представлено на аркуші 4. При його розробці були враховані:</p> <ul style="list-style-type: none"> - існуюча планувальна структура м. Чугуїв; - існуюча мережа вулиць і проїздів; - існуючі планувальні обмеження.
Об'ємно-планувальні характеристики підприємства	
Композиційно-планувальна схема підприємства	Змішана
Характер будівлі	Одноповерхова, без підвалу

Перелік основних даних	Характеристики
Форма та розміри будівлі на плані	Форма будівлі – прямокутна, розміри: довжина – 24м, ширина – 18м.
Горизонтальні та вертикальні зв'язки на підприємстві	Зв'язок між приміщеннями відбувається по коридорах шириною 1,5 м. Функціональні групи приміщень розташовані таким чином, щоб виключити можливість перетину потоків відвідувачів, персоналу, сировини, напівфабрикатів, готової продукції, чистого та використаного посуду. Горизонтальне транспортування сировини, інвентарю та страв здійснюється за допомогою візків та ручних пересувних столиків.
Кількість поверхів	1 поверх
Висота поверху	3,3 м
Характеристики конструкцій та матеріалів підприємства	
Конструктивна схема будівлі	Конструктивна схема будівлі - неповний каркас з основною сіткою колон — 6 х 6 м. Основними несучими елементами конструкції є: фундамент, колони, балки, стіни, покриття.
Фундаменти (конструкції, матеріали, глибина закладання)	Під несучі стіни – стрічкові монолітні залізобетонні (глибина закладання фундаментів – 1,2 м), під колони – стовпчасті «стаканного» типу.
Стіни (матеріал, товщина)	Зовнішні стіни будівлі виконані з тепло ефективною цегли товщиною 510 мм.
Перегородки (матеріал, товщина)	Внутрішні перегородки в приміщеннях - із цегли на цементному розчині. Товщина перегородок – 120 мм.
Конструкція перекриття	Залізобетонні панелі з круглими пустотами. Висота перекриття – 0,3 м.
Конструкція покриття	Збірних залізобетонних плит із круглими пустотами. Розміри плит покриття 1,5м х 6,0 м. Конструкція покриття включає несучі і огорожувальні елементи, які складаються з шару толю, утеплювача, цегляного розчину, з шару руберойду на мастиці.

Перелік основних даних	Характеристики
Вікна (матеріал, розміри)	В залі ресторану – стандартні склопакети двокамерні в дерев'яних рамах, покритих водовідштовхувальними матеріями: В2-20 х20, в інших приміщеннях з металопластику двокамерні В -1– 12 х18 та В-3 18х18; за ДСТУ Б.В.2.7.-130:2007.
Двері (матеріал, розміри)	Зовнішні – металопластику: Д-1–21х19-двохстворчаті із вставками мозаїчного скла, Д-1-24х10 -та металічні - Д-2–19х24. Внутрішні – дерев'яні: Д-3–21х9 та пластикові Д-4 – 7х21.
Система водовідведення з даху	Внутрішня в дощову каналізацію.
Основні технічні показники проекту	
Площа забудови (S_d)	502 м ²
Загальна площа (S_z)	475 м ²
Робоча площа (S_p)	252 м ²
Будівельний об'єм (V_b)	1805 м ³
Планувальний показник (K_1)	0,80
Об'ємний показник (K_2)	3,27

Таблиця 4.2

Зовнішнє та внутрішнє опорядження будівлі підприємства

Перелік основних даних	Характеристика
Зовнішнє опорядження будівлі:	
Характер архітектурних елементів будівлі, будівельні матеріали	Для зовнішнього та внутрішнього опорядження будівлі використовуємо декоративну штукатурку Cerezit з фарбуванням її водоемульсійною фарбою для зовнішніх робіт голубого кольору. На фасаді будівлі на осях 4-5 передбачено тамбур із загартованого скла на каркасі. Вікна заокругленої форми. Вхідні двері до ресторану – металопластикові зі вставками мозаїчного скла.
Елементи візуальної інформації на фасаді	Реклама підприємства розміщується над головним входом до кафе та виконується з ПВХ - конструкції, на якій закріплений надпис із об'ємних літер.
Внутрішнє опорядження будівлі	
<i>Приміщення</i>	<i>Підлога</i>
<i>Стіни</i>	<i>Стеля</i>

Вестибюль	мозаїчна підлога	декоративна штукатурка	підвісна стеля
Зали кафе	мозаїчна підлога	декоративна штукатурка	підвісна стеля
Виробничі цехи	керамічна плитка	керамічна плитка	вапняне фарбування
Адміністративні	мозаїчна підлога	дерев'яна рейка	підвісна стеля
Коридори	мозаїчна підлога	керамічна плитка	підвісна стеля
Складські	бетонна підлога	вапняне фарбування	вапняне фарбування
Технічні	бетонна підлога	вапняне фарбування	вапняне фарбування

Таблиця 4.3

Загальна характеристика інженерних систем

Перелік основних даних	Основні характеристики
Система опалення	<p>Система опалення автономна, водяна з примусовою циркуляцією, з нагрівними елементами, вбудованими в огорожувальні конструкції приміщення та повітряна у вестибюльній групі;</p> <p>Циркуляція теплоносія проводиться примусово. Трубопроводи прокладені в підпільних каналах. Опалювальні прилади - сталеві штамповані радіатори, встановлені у всіх виробничих цехах, коморах сипучих продуктів, добового запасу.</p> <p>Опалювальні прилади – радіатори сталеві штамповані МЗ-500-1 площею поверхні нагріву 0,83 ЕКМ</p> <p>Для з'єднання всіх елементів системи опалення використовуються пластикові труби. Для видалення з мережі опалення повітря, що перешкоджає нормальній роботі опалювальної системи, на магістральному трубопроводі влаштовуються повітрозбірники.</p>
Система вентиляції	<p>Вентиляційна камера розташовані на покрівлі будівлі. Повітряне середовище у приміщеннях, яке задовольняє санітарним нормам, забезпечується шляхом усунення забрудненого повітря і надходження чистого зовнішнього</p>

Перелік основних даних	Основні характеристики
	<p>повітря. У підприємстві передбачена витяжна вентиляція з примусовою циркуляцією повітря. У гарячому цеху над лініями теплового обладнання встановлені місцеві вентиляційні відсоси. В адміністративних приміщеннях – системи кондиціонування повітря.</p>
Система водопроводу	<p>У будівлі підприємства прийнята єдина система внутрішнього холодного водопостачання для задоволення виробничих, господарчих і протипожежних потреб. Передбачена тупикова мережа з нижньою розводкою. Горизонтальні ділянки внутрішнього водопроводу прокладені з нахилом у бік вводу 0,005. У місцях з'єднань встановлені ніші з оглядовими люками.</p> <p>У місці приєднання введення до зовнішньої мережі водопостачання влаштовується колодязь Ø 700 мм, у якому розміщується водозапірна арматура.</p> <p>Для обліку води, що витрачається споживачем, застосовується лічильник, який встановлюється в мийній столового посуду. Якість питної води в кафе – відповідає вимогам ДСанПіН 2.2.4-171-10.</p>
Система каналізації	<p>Передбачені роз'єднані системи внутрішньої каналізації: господарсько - фекальна і виробнича, призначена для відведення стічних вод від санітарно-технічних приладів і виробничих стічних вод.</p> <p>Мережа внутрішньої каналізації складається з приймачів стічних вод, відвідних труб, стояків з витяжними трубами і випусками. Усі відвідні труби прокладаються по найкоротшій відстані з установкою на кінцях і на поворотах прочищень..</p>

Висновки до розділу 4

В архітектурному розділі охарактеризовано ділянку для забудови: рельєф, ландшафт, район для будівництва. Наведено інформацію про регіон та кліматичні умови регіону, де планується будівництво підприємства. Обґрунтовано вибір матеріалів для зовнішнього та облицювання стін, запропоновано матеріали для будівництва покрівлі та теплоізоляції.

Охарактеризовано об'ємно-компонувальні рішення підприємства та запропоновані матеріали для будівництва та зовнішнього облицювання стін. Підібрана система вентиляції, водопостачання та опалення згідно вимог, що висуваються до закладів ресторанного господарства.

yuliya_12@ukr.net

ВИСНОВКИ

В процесі дипломного проекту були поставлені і вирішені питання, які дозволили спроектувати заклад згідно сучасних вимог стандартів та ринку, а саме:

- розроблення конкурентоспроможного асортименту продукції;
- підвищення якості продукції та культури обслуговування;

Розширений асортимент страв суперфудів дозволить задовольнити різний контингент населення не тільки за якісними показниками, а й за національними. У виробничій програмі пропонується сучасна кухня. В процесі створення кафе була запропонована форма обслуговування офіціантами. Це дозволяє забезпечити більш високу культуру обслуговування, задовольнити зростаючі потреби населення, значно підвищити ефективність використання матеріально-технічної бази, продуктивність праці працівників.

В проектному розділі запропоновано сучасне технологічне обладнання, яке дає змогу підвищити якість продукції, що випускається. Воно економічно-вигідне в плані енергоємності.

Було запропоновано сучасне технологічне обладнання у виробничих цехах. Це дозволило збільшити обсяги виробництва, ефективно використовувати площі.

Технологічні процеси виробництва даного підприємства дотримані правилами з охорони праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архипов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані // В.В. Архипов, Т.В. Іванникова, А.В. Архіпова. К.: Фірма "ІНКОС", 2007. 382 с.
2. Алексєєв Д. Ресторан за інтересами Журнал "Ресторанні відомості", №101, 2006. С. 12-14.
3. Антонюк І.Ю. Технологія продукції ресторанного господарства. Опорний конспект лекцій // А.О. Медведєва, І.Ю. Антонюк., К.: 2009.
4. Барановський В.А. Ресторанний бізнес: Навчальний посібник. РнД.: Фенікс, 2005. 220 с.
5. Рогова А.Л. Проектування закладів ресторанного господарства: робочий зошит / А.Л. Рогова, Ю.В. Левченко. П.: ПУЕТ, 2017. 57 с.
6. Шкарупа В.Г., Проектування закладів ресторанного господарства з основами САПР . Практикум / В.Г. Шкарупа, О.І. Положишникова, Т.В. Капліна. Полтава, РВВ ПУСКУ, 2008. 90 с.
7. Мазаракі А.А. Проектування закладів ресторанного господарства. Навчальний посібник. К.: Київ.торг.-екон. ун-т, 2008. 307 с.
8. Шумило Г.І. Технологія приготування їжі. Навчальний посібник. К.: Кондор, 2008 506 с.
9. . Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів, правових, нормативно-правових та інших актів для закладів ресторанного господарства/ [Укладач О. В. Шалимінов]. К: Арій, 2013. 1008 с.
10. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. М.: Экономика, 1983. 720 с.
11. Сборник технологических карт на блюда и кулинарные изделия для заведений ресторанного хозяйства. К.: А.С.К, 2007. 1248 с.
12. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів: Для підприємств громад. харчування всіх форм власності / О.В.Шалимінов, Т.П.Дятченко, Л.О.Кравченко та ін. К.: А.С.К., 2000. 848 с.

13. Ефимов А. Д., Профессиональная кухня: 100 готовых проектов / А. Д. Ефимов, Т. А. Никуленкова, М. С. Вухолова. М.: Издательский дом «Веди», 2002. 207 с.
14. Карсекин В.И. Основы проектирования и интерьер предприятий общественного питания. / Бердичевский В.Х. К.: Вища шк., 1983. 208 с.
15. Черевко О. І., Технологічне проектування закладів харчування : Навчальний посібник / О. І. Черевко, Л.М. Крайнюк, Л.О. Красілова та інші.. Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2005. 295 с.
16. Карпенко В.Д. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування. Навчальний посібник/ А.Л. Рогова, В.Г. Шкарупа та ін. // К.: НМЦ «Укоопосвіта». 2003.248 с.
17. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства/ За ред. Н.О.П'ятницької. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 632с.
18. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування (наказ Мін. економіки з питань Європейської інтеграції України від 27.07.2002 р., №219).
19. Типовые карты организации труда работников основных цехов предприятий общественного питания в 2-х частях. М.:1988. 74 с.
20. Володько О.В. Основи автоматизованого проектування: Навчальні завдання до практичних занять та методичні рекомендації до їх виконання для студ. спеціальності 181 «Харчові технології» /Володько О.В. // Полтава: ПУЕТ, 2018. 59с.
21. Володько О.В. Інженерне обладнання будівель: Методичні рекомендації щодо виконання санітарно-технічного розділу дипломного проекту студ. спец. 7.14010101 «Готельна і ресторанна справа», 8.14010102 «Курортна справа»,8.05170113 «Технології в ресторанному господарстві» /Володько О.В., Страшко Л.М. // 2-ге вид. Полтава: ПУЕТ, 2014. – 43с.
22. ДБН 360-92 Містобудування. Планування і забудова міських та сільських населених пунктів. К.: Мінрегіонбуд України, 1992. 28 с.

23. Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення: ДБН В.2.2.-9:2009. Чинний від 2010-07-01. К.: Мінрегіонбуд України, 2009. 49 с. (Національний стандарт України).

24. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства): ДБН В.2.2-25:2009. [Чинний від 2010-09-01]. К. Мінрегіонбуд України, 2010. 83 с. (Національний стандарт України).

25. Будинки і споруди. Підприємства побутового обслуговування. Загальні положення: ДБН В.2.2-11:2002. [Чинний від 2002-05-01]. К. Мінрегіонбуд України, 2002. 136 с. (Національний стандарт України).

26. Будинки і споруди. Доступність будинків і споруд для маломобільних груп населення: ДБН В.2.2-17:2006. [Чинний від 2007-05-01]. К. Мінбуд України, 2007. 21 с. (Національний стандарт України).

27. Будинки і споруди. Підприємства торгівлі: ДБН В.2.2-23:2009.– [Чинний від 2009-07-01]. К. Мінрегіонбуд України, 2009. 48 с. (Національний стандарт України).

28. ДБН В.2.5-67:2013 "Опалення, вентиляція, кондиціонування". К.: Мінрегіонбуд України, 2013. 28 с.

29. ДБН В.1.1-7:2002 "Пожежна безпека об'єктів будівництва".- К.: Мінрегіонбуд України, 2001. 44 с.

30. ДБН В.2.5-28:2006 "Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення.- К.: Мінрегіонбуд України, 2006. 41 с.

31. ДБН В.2.2-25:2009 „Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства)“ [Чинні від 2010-09-01]. К.: Мінрегіонбуд України, 2010. 85 с.

32. ДСН 3.3.6.042-99 „Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень”. К.: Мінрегіонбуд України, 1999. 28 с.

33. Дейниченко Г.В. Обладнання підприємств харчування / Г.В. Дейниченко В.О. Єфімова, Г.М. Постанов. Довідник. В 3-х ч. Ч.2 Харків: ДП Редакція «Мир техніки и технологий», 2005. 486 с.

34. Державний стандарт України ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти в сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення».

35. Закон України «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення», затверджений Постановою Верховної Ради України від 24.02.94. К.: Законодавство України про охорону праці. т.3, 1995. 17 с.

36. Закон України «Про охорону праці», затверджений Постановою Верховної Ради України від 14.10.02 №269. XII . К.: Законодавство України про охорону праці. т.1, 1995. 250с.

37. Закон України «Про пожежну безпеку», затверджений Постановою Верховної Ради України від 17.12.93 №3747. XII. К.: Законодавство України про охорону праці. т.3, 1995. 12с.

38. Іванова О. В., Санітарія та гігієна закладів ресторанного господарства: підручник / О. В Іванова Т. В Капліна.. Суми: Університетська книга, 2010. 399 с.

39. Методичні рекомендації до виконання розділу дипломного проекту «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях». Полтава: ПУЕТ, 2017. 18 с.

40. НПАОП 55.0-1.02.-96. Правила охорони праці для підприємств громадського харчування, затверджені наказом Держнагляд охорони праці України від 25.06.96, №107.