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

Форма № П-4.05.

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 74 місця в місті Кілія Одеської області

спеціальність **181 Харчові технології**
освітня програма **«Харчові технології та інженерія»**
ступеня бакалавр

Виконавець Янєва Олена Венедиктівна
(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 ***Володько Ольга Василівна***
(прізвище, ім'я, по батькові)

ПОЛТАВА 2021

Вступ

Ресторанне господарство є особливою складовою сфери гостинності, тому актуальність дослідження тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні у сучасних умовах господарювання пов'язана з високою його ризикованістю і водночас соціальністю, із з задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля. Беручи до уваги той факт, що рівень розвитку ресторанного бізнесу в економіці будь-якої країни виступає одним із показників рівня якості життя населення у державі в цілому, не слід забувати, що разом з тим створюється висока конкуренція у сфері ресторанного бізнесу, що у свою чергу стимулює активний розвиток даного напряму, змушує застосовувати інновації, шукати нові ніші та сегменти ринку, експериментувати для утримання конкурентних переваг на ринку.

Зміни соціально-економічного середовища як зовнішнього фактору впливають на галузь ресторанного господарства. Однак у цьому бізнесі, незважаючи на певну нестабільність, є свої закономірності. Специфіка даного виду діяльності, а також недостатня вивченість тенденцій його розвитку мають вагоме практичне значення Таким чином, тема дипломного проекту «Ресторан на 70 місць у місті Ізюм Харківської області» є актуальною.

РОЗДІЛ 1
ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ

1.1. Маркетингові дослідження.

Ресторан проектується у місті Кілія Одеської області. Кілія - місто в Ізмаїльському районі Одеської області України. Адміністративний центр Кілійської міської громади. До 2020 року був центром скасованого Кілійського району. Знаходиться на березі Кілійського та Степового гирла річки Дунай. У XIV столітті місто належало Золотій Орді і було її західним містом. Кілія на той час була великим центром генуезької торгівлі, де була італійська колонія з консулом на чолі. Територія Кілійських земель лежить на південно-західній околиці Східноєвропейської рівнини в межах Причорноморської низовини і межує з річкою Дунай, через що окремі її частини помітно відрізняються своїми природними умовами. Поверхня переважно рівнинна, височить над рівнем моря на 5-42 м з нахилом з північного заходу на південний схід до узбережжя Чорного моря та дельти Дунаю. Долину перетинають неглибокі долини річок, яри та балки. Розташування на Східноєвропейській платформі зводить до мінімуму прояви таких стихійних явищ, як землетрус та вулканізм.

Попит формується під дією низки факторів: демографічних, економічних, природних, науково-технічних, політико-правових, соціально-культурних. За даними перепису населення України 2001 року, розподіл населення за національним складом був наступним (у % від загальної чисельності населення): Кілія: загальна кількість мешканців - 22 773 осіб., з них українців - 11 064 ос. (48,58%); російські - 8057 ос. (35,38%); молдавани (румуни) - 2234 ос. (9,81%); болгар - 785 ос. (3,45%); гагаузів - 164 ос. (0,72%); інші - 469 осіб (2,06%). У місті знаходяться суднoремонтний завод КССРЗ (Кілійський Суднобудівно-Суднoремонтний Завод), ТОВ "Титан" (ТМ Кілія) - м'ясна, молочна продукція, пиво, річковий порт, що є основним перевалочним пунктом на маршруті Чорне море - Дунай, та інших великих підприємств міста. Кілія - найбільший в Україні центр вирощування рису. Рисові чеки простяглися на багато кілометрів уздовж Дунаю. Це призвело до підвищення рівня ґрунтових

вод та засолення ґрунтів. У Кілії є найбільша в Україні сонячна електростанція, пікова потужність 54,8МВт.

Основна функція маркетингових досліджень в ресторанному бізнесі, - сприяти оцінці ситуації, вироблення оптимальної стратегії, зниження ризику прийняття неправильних рішень. Необхідність проведення маркетингових досліджень зазвичай виникає при відкритті нового закладу, при неефективному функціонуванні діючого ресторану або при тиражуванні успішної концепції. Маркетинг для підприємств громадського харчування має свою специфіку, з якою добре обізнані маркетологи. Маркетинг в ресторанному бізнесі ділиться на об'єкти, якими можуть виступати практично всі складові ресторанної діяльності. Маркетинг в ресторанному бізнесі увазі дослідження, основними предметами якого є: аналіз місця розміщення ресторану - спрямований на дослідження основних питань: чи варто відкривати в цьому місці ресторан, і якого типу. Досліджується район, в якому буде розташовуватися заклад - його престижність, доступність, а також наявність потенційних конкурентів і клієнтів. Вивчається й саме приміщення на предмет його придатності під розміщення ресторану та його оптимального функціонування, в тому числі оцінюються його технічні характеристики і юридичні аспекти; структура галузі - проводиться аналіз існуючих ресторанних форматів і частка кожного в загальному обсязі. Важливо знати насиченість ринку передбачуваним форматом, його привабливість, тенденції розвитку.

Характеристика цільового ринку - дозволяє одержати дані про кон'юнктуру, попит, рівень цін, про перспективи розвитку ринку. Головне завдання - виявити наявний незадоволений попит; вивчення споживачів дозволяє отримати відомості про існуючі цільових групах, мотивах відвідування ресторану, вибору страв. Ці відомості дозволять визначити для ресторану сегмент найбільш цікавих з потенційних споживачів, ступінь їх задоволеності та платоспроможності, та інших параметрів. Важливо використовувати цю інформацію при розробці загальної стратегії; конкурентна ситуація - необхідно для отримання даних про практику діяльності конкурентів на ринку, їх сильні і слабкі сторони, особливості їх роботи.

Дослідження цінової політики - тісно пов'язане з платоспроможністю цільової аудиторії, допомагає визначити величину допустимого «середнього чека» в ресторані; дослідження маркетингової та рекламної діяльності - необхідно для вибору оптимальної стратегії просування ресторану і його послуг, працюючих інструментів маркетингу, оцінки ефективності прийнятої в ресторані системи маркетингу.

Ділянка для будівництва розташована по вулиці Желенякова, 7 в центральному мікрорайоні міста, навпроти міського парку відпочинку. В даному мікрорайоні розташовані наступні заклади ресторанного господарства - основні конкуренти нашого підприємства представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Загальнодоступна мережа закладів ресторанного господарства

Тип закладу, назва	Підпорядкування	Потужність, місць	Режим роботи, год.	Рівень націнки, %	Характеристика продукції та послуг
Кафе «Старе місто»	приватне	60	12.00 - 23.00	300	Європейська кухня, обслуговування офіціантами
Кав’ярня «Кофеїн»	приватне	44	12.00 – 2.00	200	Обмежений асортимент, обслуговування барменом
Кафе «Пряник»	приватне	30	11.00-1.00	300	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами
Кафе «Маска»	приватне	50	10.00-21.00	250	Обмежений асортимент, обслуговування офіціантами
Ресторан «Раут»	приватне	60	12.00 - 23.00	400	Європейська кухня, обслуговування офіціантами

Згідно з відгуками споживачів, представлені заклади ресторанного господарства мають ряд недоліків.

Переваги і недоліки закладів-конкурентів представлені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Переваги і недоліки конкурентів

Тип закладу, назва	Переваги	Недоліки
Кафе «Старе місто»	Широкий асортимент продукції	Високі ціни на продукцію. повільне обслуговування відвідувачів, неохайний вигляд офіціантів
Кав'ярня «Кофеїн»	Гарний інтер'єр, швидкий вайфай	Обмежений асортимент, немає можливості замовити доставку
Кафе «Пряник»	Смачні страви	На літньому майданчику відсутні зонти, немає доставки
Кафе «Маска»	Широкий асортимент страв	Незадовільне обслуговування відвідувачів, екстер'єр приміщення застарілий, потребує ремонту
Бар «Оса»	Гарний інтер'єр та екстер'єр	Обмежений асортимент, малий зал для проведення банкетів, не смачна їжа в зимовий період у приміщенні не комфортна температура для відвідувачів, музика застаріла

В результаті проведеного аналізу недоліків і переваг існуючих закладів ресторанного господарства можна зробити висновок, що будівництво ресторану доцільним. Головним завданням проектуємого підприємства буде надання послуг високої якості і виготовлення широкого асортименту страв.

1.2. Розроблення концепції діяльності ЗРГ

Для створення концепції закладу ресторанного господарства, що будується, потрібно відповісти на ряд важливих питань: місія закладу, аналіз ділянки згідно будівельних норм, на якій проектується заклад, аналіз існуючих закладів ресторанного господарства в даному районі міста, цільова група відвідувачів, вимоги до персоналу і характеристика розробки дизайну уніформи працівників, робота з постачальниками, «фішка» закладу. Ділянка підприємства, що проектується, розташована в центральному мікрорайоні міста Кілія по вулиці Желєзнякова,7. Споруда спроектована як окрема одноповерхова будівля з прийнятним екстер'єром, який гармонізує з іншими спорудами

поблизу і в той час має свій унікальний стиль. Було проведено аналіз існуючих закладів ресторанного господарства і визначено переваги і недоліки існуючих закладів. На підприємстві, що проектується, планується дотримуватись чітких санітарних умов і організації роботи персоналу. Персонал буде забезпечений спецодягом в корпоративному стилі. Будуть проводитись різноманітні заходи із мотивації персоналу. Велика увага буде приділятись вхідній сировині, вона має бути свіжою і якісною, тож будуть укладені угоди на постачання з перевіреними постачальниками. Виготовлення страв високої харчової цінності – одна із місій закладу, тож в ресторані буде представлено широкий асортимент страв європейської кухні, «фішкою» закладу буде фірмова страва «Парфе». Значний сегмент роботи закладу ресторанного господарства, який має актуальне значення останнім часом – це виконання онлайн замовлень. В закладі, що проектується, відвідувачам сайту закладу будуть доступні чисельні знижки і акції.

Ресторан отримає назву «Родина», що буде асоціюватись у споживачів з приємно проведеним часом у комфортні атмосфері за споживанням смачних страв

1.3. Обґрунтування технічної можливості будівництва

Територія міста находиться на південно-західній околиці Східноєвропейської рівнини в межах Причорноморської низовини і межує з річкою Дунай, через що окремі її частини помітно відрізняються своїми природними умовами. Поверхня переважно рівнинна, височить над рівнем моря на 5-42 м з нахилом з північного заходу на південний схід до узбережжя Чорного моря та дельти Дунаю. Місто розташоване у зоні помірно-континентального клімату. Різниця в температурі району досягає +5 °С. Середньорічна температура становить +11,1 °С. Зима м'яка, коротка та малосніжна з частими відлигами, триває з середини листопада до кінця березня (4,5 місяця), середня температура становить +0,8 °С. Найхолоднішим місяцем року є січень, середня температура становить -1 °С, мінімальна температура -22,8 °С. Літо тривале, тепле, рідше спекотне, проте з недостатньою вологістю

триває з середини травня до кінця вересня (4,5 місяця), середня температура +20,8 °С. Найтепліший місяць – липень, середня температура +24 °С, максимальна +37,8 °С. Тривалість безморозного періоду коливається у проміжку 250-260 днів, вегетаційний період - до 297 днів.

Ділянка, що знаходиться в центральному мікрорайоні міста відповідає всім будівельним нормам. Має природнє озеленення. Поблизу проходить система центрального опалення, гаряча та холодна вода, центральна каналізація, електро- мережа, газова мережа. За енергоносія обрано електропостачання, тому що більшість обладнання працює від електромережі.

1.4. Визначення джерел постачання

Джерела постачання основних груп продуктів наведені в табл.1.3.

Таблиця 1.3

Джерела постачання сировини і продуктів

Група продуктів	Джерело постачання	Періодичність завозу	Відстань, км
М'ясопродукти (охолоджені)	Центральний ринок	2 рази на тиждень	1,4
Риба, морепродукти	Центральний ринок	2 рази за тиждень	1,4
Птиця	Центральний ринок	2 рази за тиждень	1,4
Гастрономічні товари	Центральний ринок	1 раз на тиждень	1,4
Молочно – жирові продукти	Центральний ринок	2 рази за тиждень	1,4
Борошно, крупи, сіль, сахар	Центральний ринок	1 раз на тиждень	1,4
Алкогольні, слабоалкогольні, пиво вино	Пивзавод Центральний ринок	1 раз на тиждень	4,7 1,4
Овочі, зелень	Центральний ринок	1 раз на тиждень	1,4
Хліб	Хлібзавод	Кожень день	5,7

Купована продукція буде транспортуватись автомобілем Citroën Berlingo, який належить закладу ресторанного господарства.

2.2 Удосконалення технології парфе підвищеної харчової цінності

2.2.1 Асортимент і технологія заморожених десертів підвищеної харчової цінності.

Молочним продуктам, враховуючи їх біологічну цінність, в організації здорового харчування відводиться першочергове значення. Це відноситься і до такого молочного десерту, як морозиво, харчова цінність якого обумовлена наявністю повноцінних білків, легкозасвоюваних жирів, незамінних амінокислот, солей кальцію та фосфору, що є життєво необхідними для нормального функціонування організму людини. Актуальність використання харчових продуктів з заданою біологічною активністю визначається загальновизнаними уявленнями про ефективну роль чинника харчування в корекції порушених процесів обміну в організмі. У вирішенні цієї проблеми суттєве значення має розробка технології харчових продуктів з вираженою протианемічною, антиоксидантною та імуномодулюючою дією, що зумовлено структурою захворювань населення в сучасних умовах інтенсивного техногенного забруднення навколишнього середовища. [1].

До перспективних розробок цього напрямку слід віднести створення харчових продуктів з заданою біологічною активністю на основі традиційних технологій і популярних серед населення рецептур, що визначає найменші виробничі витрати при впровадженні технології і ефективні показники реалізації готової продукції. В галузі харчової промисловості України впроваджені і одержали визнання технології кондитерських і хлібобулочних виробів зі спрямованою протианемічною дією з використанням харчового альбуміну (Міцик В.Ю., Дядечко Є.В.); відомі багатопланові наукові дослідження в області технології харчових продуктів, збагачених на йод і залізо (Арсеньєва Л.Ю., Євлаш В.В.). [2].

Заморожені десерти, поряд з морозивом, є найулюбленішими ласощами асортиментної пропозиції закладів ресторанного господарства. Сьогодні спостерігається тенденція щодо збільшення попиту на заморожені десерти

оздоровчого спрямування з використанням натуральних інгредієнтів, що обумовлює необхідність створення інноваційних технологій виробництва. [3].

2.2.2 Особливості технології парфе.

Як відомо, морозиво – популярна продукція, що користується попитом, особливо у дітей. Тому дуже важливо, щоб воно був не тільки смачним, але й корисним. Морозиво виступає об'єктом промислового виробництва, низка мереж та самостійних підприємств ресторанного господарства також включає його до асортименту своєї продукції. Особливого розповсюдження набувають також і оздоблювальні напівфабрикати для морозива – шоколадні та кондитерські глазурі. Тому проблема оптимізації рецептурного та хімічного складів морозива за вмістом макро- і мікроелементів залишається вельми актуальною і є нагальною задачею для науковців та фахівців молочної галузі. Проте, застосування органічних форм заліза та йоду під час розробки та реалізації технології морозива, як стрімко зростаючого за попитом харчового продукту невідоме. [8].

Процес виробництва парфе має такі основні стадії: підготовка рецептурних інгредієнтів; приготування емульсійно-вершкової основи, овочево-ягідного наповнювача та стабілізаційної пасти; утворення рецептурної суміші і її стабілізація; охолодження; заморожування; оформлення; реалізація. На підставі проведених досліджень, розроблена технологія замороженого десерту типу парфе. До складу парфе-мікс входять рослинні вершки 20% жирності, стабілізаційна паста на основі кукурудзяного крохмалю, фруктоза, а в якості біологічно активних інгредієнтів використані селера, чорна смородина.

2.2.3. Шляхи підвищення харчової цінності парфе.

Проведені технологічні відпрацювання дозволили встановити оптимальну температуру приготування збитої суміші парфе. Доцільним є збивання маси при температурі +1…+2 °С, що забезпечує мінімальну тривалість збивання до 5 хвилин при максимально можливій збитості суміші. Дослідження стабільної збитої маси при її охолодженні до температури +2…+4

°С протягом 30 хвилин показали, що вона складає 90,1% для парфе з цукром і 94,3% для парфе з фруктозою. Таким чином, збита маса має необхідні показники стабільності, що забезпечить отримання високоякісного продукту. Важливим показником якості парфе-мікс є опір таненню. Якщо десерт швидко розтає, то споживач не встигає насолодитися смаком і відчути охолодження від замороженого десерту. Між тим регулювання рецептури для досягнення повільного танення може призвести до дуже тривалого виходу тонких смаків і ароматів, що також небажано. [4-6].

За останні роки спостерігається тенденція підвищення обсягу виробництва заморожених десертів в Україні, що обумовлено постійним зростанням попиту на них. Споживачі надають перевагу якісній, смачній та гарно оформленій продукції, широкому асортименту морозива та заморожених десертів.

Заморожені десерти містять важливі мікро- та макроелементи, такі як Натрій, Калій, Кальцій, Магній, Купрум, Ферум, Сіліціум, Фосфор, які дуже важливі для нормального розвитку організму. Мінеральні речовини суттєво підвищують харчову цінність заморожених десертів [7].

2.2.4 Використання плодово-ягідної сировини в технології страв.

Значна кількість (до 20–50%) овочевої та фруктової сировини втрачається на шляху від поля до споживача. Тому своєчасне перероблляння дешевої рослинної сировини на конкурентоспроможні продукти за збереження природних біологічно активних речовин має актуальне значення у вирішенні Продовольчої програми в Україні. Спроби вирішення проблеми використання рослинної сировини у виробництві молочних, кулінарних, борошняних кондитерських виробів, напоїв і страв з метою підвищення біологічної цінності чи забезпечення їхніх функціональних властивостей простежуються в наукових працях В.С. Баранова, М.І. Пересічного .М. Пересічної, З.В. Василенко, М.Ф. Кравченко, М.М. Калакури, І.В. Сирохмана, П.П. Пивоварова, Ф.В. Перцевого, В.А. Колтунова, Н.В. Притульської, Л.П. Малюк, Г.В. Дейниченко, М.І. Філя та інших українських і зарубіжних учених.

Здоров'я сучасної людини залежить від рівня й структури харчування, порушення яких виявляє непоправну, на декілька порядків вищу шкоду в порівнянні з екологічною забрудненістю. Структура харчування сучасної людини має серйозні порушення, зокрема надлишкове вживання тваринних жирів і дефіцит поліненасичених жирних кислот, повноцінних тваринних білків, мінеральних елементів, вітамінів (С, Р, групи В, фолієвої кислоти, ретинолу, β-каротину). Споживання зазначених інгредієнтів нормується ВООЗ, щоденне їх надходження до організму людини є необхідним. Для покращення структури харчування в Україні актуальним є створення продуктів на основі овочів і фруктів з підвищеним вмістом харчових волокон, пектинів та інших нутрієнтів [9-11].

На сьогодні вже є розробки харчових продуктів нового покоління з використанням гарбузів чи моркви, різних фруктів і напівфабрикатів з них. Зокрема О.А. Іваніщева [11] на основі наявних страв розробила страви «Каша гарбузова в'язка з пшоном та медом», «Суп-пюре з гарбуза та імбиру на кокосовому молоці», «Крем-суп з гарбуза з шротом насіння вівса». В.А. Гніцевич, Р.П. Никифоров, Н.А.Федотова, Н.В. Кравченко [12] зазначають, що пектинові речовини використовуються в технологіях структурованої продукції як харчова добавка драглеутворювальної дії. Тому вирішення проблеми забезпечення харчової галузі дешевими драглеутворювачами полягає у використанні різних видів овочевих і фруктових пюре. Вчені з Харкова розробили рецептури й технології нового покоління бісквітів і булочок, вітамінізованих натуральними каротиноїдними дрібнодисперсними добавками (замороженими або термообробленими) з моркви або гарбуза у вигляді пюре, отриманого без застосування синтетичних компонентів для оздоровчого харчування школярів і різ-их верств населення з метою імунопрофілактики [13]. На основі яблук (30%) з додаванням гарбуза, обліпихи й аронії чорної (по 20%), буряка (10%) розширено асортимент плодоовочевих паст, які можуть бути використані як згущувач і наповнювач, вітамінна добавка в таких галузях, як кондитерська, консервна, молочна, хлібопекарська, а також у закладах ресторанного господарства [14]. У процесі вдосконалення технології виробів

із дріжджового тіста з використанням соку, пюре й вичавків із гарбуза та проведення мікробіологічних досліджень установлено, що готові вироби характеризуються високою якістю, мікробіологічною стабільністю й рекомендуються до впровадження в заклади ресторанного господарства [15].

В літературі бракує даних щодо використання аличі в технології парфе. Наше подальше дослідження буде спрямовано вирішенням цього питання.