

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/163959>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Технология продукции общественного питания

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СБЫТА СЛОЖНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ КРУП, БОБОВЫХ И МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ 6

1.1 Теоретические основы деятельности и характеристика современного рынка предприятий общественного питания 6

1.2 Значение круп, бобовых и макаронных изделий в питании людей 14

1.3 Маркетинговые исследования рынка потребления сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий на предприятиях общественного питания 17

ГЛАВА 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПРИГОТОВЛЕНИЯ СЛОЖНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ КРУП, БОБОВЫХ И МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ В ИССЛЕДУЕМОМ ПРЕДПРИЯТИИ 20

2.1 Организационная характеристика исследуемого предприятия общественного питания 20

2.2 Ассортимент и технологический процесс приготовления сложных продукции из круп, бобовых и макаронных блюд в ресторане «Сова» 22

2.3 Организация контроля качества и безопасности при приготовлении 25

ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА И ТЕХНОЛОГИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ СЛОЖНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ КРУП, БОБОВЫХ И МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ В РЕСТОРАНЕ «СОВА» 36

3.1 Совершенствование существующего ассортимента сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий в исследуемом ресторане 36

3.2 Разработка технологического процесса приготовления сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий блюд 36

3.3 Отработка рецептур и технологии разработанных блюд 38

3.4 Составление технологических схем 42

3.5 Составление карт технологического процесса 42

3.6 Расчет пищевой ценности блюд 48

3.7 Контроль показателей качества 54

3.8 Разработка технологической документации 59

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 60

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 62

ПРИЛОЖЕНИЯ 66

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях, для успешного конкурентирования и функционирования на рынке, предприятия общественного питания нуждаются в систематическом изучении и внедрении новейших отечественных и зарубежных инновационных разработок как в сфере совершенствования технологического оборудования, так и в области современных форм организации процессов обслуживания клиентов.

Основным направлением развития общественного питания являются новшества в технологии производства продукции, применение новейших видов автоматизированного оборудования, принципиально новых способов обработки продукции, которые дадут возможность сократить время производства продукции общественного питания и тем самым будут способствовать повышению экономической эффективности производства данной продукции.

Наиболее интересные новшества в организации общественного питания в современных условиях связаны с изменениями формата предприятия общественного питания. Формат предприятия представляет собой совокупность условий, его определяющих: тип предприятия, оформление интерьера, особенность кухни,

ценовая политика заведения, а также наличие дополнительных услуг и развлечений. Процессы, происходящие в системе предприятий общественного питания, новшества в подходах к самому процессу и качеству питания, порождает креативное предпринимательство, в связи с чем на рынке появляются новые формы обслуживания и услуги, заимствованные из опыта других стран.

Предприятия питания, которыми пользуется население, представлены различными типами: столовыми, ресторанами, кафе, закусочными, барами. Такое разнообразие определяется разнохарактерностью спроса населения на различные виды питания, такие как завтраки, обеды, ужины, бизнес-ланчи. Так, выбор типа предприятия общественного питания зависит от специфики обслуживания и перечня предоставляемых услуг.

На данном этапе развития отрасли прослеживается тенденция к производству функциональной продукции, которую отличают не только вкусовые качества и калорийность, но и польза для здоровья человека, а также производство блюд из так называемых эко продуктов, также заметно увеличился спрос на вегетарианские и веганские блюда, все эти факторы связаны с тем, что сейчас люди особенно сильно тяготеют к здоровому образу жизни, а в частности- обеспечению здорового питания.

Однако, в результате анализа меню популярных действующих предприятий общественного питания города Рязань, было выяснено, что ассортимент блюд без содержания мяса весьма ограничен, и в основном представлен вегетарианской пиццей, овощными салатами. Однако, данные блюда не способны обеспечить долговременного насыщения и не способны в полной мере восполнить потребность людей в пищевых веществах.

В связи с этим целесообразно говорить о включении в меню большего количества блюд из круп, бобовых и макаронных изделий. Данные блюда отличает высокая пищевая ценность, легкоусваиваемость и универсальность, они могут использоваться как в качестве составной части сложных блюд, так и в качестве гарниров. Данная мера позволит разнообразить рацион людей, не употребляющих мясо, и позволит привлечь в предприятие общественного питания дополнительный поток потребителей, так как количество населения, придерживающегося идеологии исключения из рациона мяса и животных продуктов ежегодно растет, и имеющиеся предприятия питания города не могут в полной мере удовлетворить спрос потребителей, поэтому тема совершенствования ассортимента и организации процесса приготовления сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий так актуальна в данный момент.

Целью данной работы является совершенствование организации процесса приготовления сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий в ресторане.

Цель достигается путем решения следующих задач:

- маркетингового исследования рынка сбыта сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий на предприятиях общественного питания;
- изучения ассортимента и технологического процесса приготовления сложных продукции из круп, бобовых и макаронных блюд в исследуемом ресторане;
- разработки предложений по совершенствованию существующего ассортимента сложной продукции из круп, бобовых и макаронных изделий в исследуемом ресторане;
- отработки блюд и составления технологической документации на сложные блюда из круп, бобовых и макаронных изделий.

Структура работы состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованных источников и приложений.

ГЛАВА 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СБЫТА СЛОЖНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ КРУП, БОБОВЫХ И МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

1.1 Теоретические основы деятельности и характеристика современного рынка предприятий общественного питания

В соответствии с ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования», предприятия общественного питания классифицируются:

- по степени централизации производства (с законченным производственным циклом – работающие на сырье, на полуфабрикатах, заготовочные и не имеющие производства – раздаточные);
- по характеру обслуживаемого контингента (с изменяющимся контингентом – общедоступные, с постоянным контингентом – пищеблоки при школах заводах и т.п.);

- по признаку специализации (комплексные, общего типа, специализированные по выпуску определенных видов продукции);
- по методу обслуживания (обслуживание официантами, самообслуживание);
- по наценочной категории и уровню обслуживания (люкс – рестораны, высшей – рестораны, кафе, бары; первой – рестораны, кафе, специализированные предприятия; второй – общедоступные столовые, кафе, специализированные предприятия, буфеты; третьей – столовые и буфеты, обслуживающие рабочих, служащих, студентов и учащихся).

Основываясь на вышеперечисленных признаках, в системе общественного питания принято выделять такие типы предприятий, как: столовая, ресторан, кафе, закусочная, бар, буфет, кафетерий, комплексное предприятие.

Сегодня, в условиях жесткой конкуренции, с целью эффективного функционирования на рынке услуг общественного питания, рестораторы должны быть в курсе новейших отечественных и зарубежных разработок как в сфере совершенствования технологического оборудования, так и в сфере форм организации процесса обслуживания гостей.

Сейчас выделяется ряд новых популярных форматов заведений общественного питания. От формата предприятия общественного питания зависит и его стратегия развития. Формат ресторана представляет собой проверенную, опробованную ранее схему бизнеса, стандартизированную форму организации производства и реализации продукции общественного питания

Приведем характеристику типов предприятий общественного питания согласно ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования».

Ресторан представляет собой предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.

Баром принято называть предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

Такие типы предприятий общественного питания, как рестораны и бары подразделяются еще и на классы. Класс предприятия общественного питания - это совокупность отличительных признаков определенного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

Бары и рестораны по уровню обслуживания и видам предоставляемых услуг посетителям различаются на:

- класс люкс;
- высший класс;
- первый класс.

Для класса люкс характерна изысканность интерьера, высокий уровень комфорта, широкий спектр услуг, предоставляемых посетителям, а также ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, а для баров - широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей.

Высший класс отличается оригинальностью интерьера, выбором услуг, разнообразным ассортиментом оригинальных, изысканных, заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широким выбором фирменных и заказных напитков и коктейлей – для баров.

Первому классу соответствует гармоничность, комфортность и выбор услуг, широкий ассортимент фирменных блюд и изделий, а также напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления – для баров.

Подтверждение соответствия предприятия общественного питания выбранному типу и классу производится органами по сертификации, аккредитованными Комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации в установленном порядке.

Кафе представляет собой предприятие общественного питания, оказывающее услуги по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки.

Столовые делятся на общедоступные или обслуживающие определенный контингент потребителей предприятия общественного питания, производящие и реализующие блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню.

Закусочная представляет собой предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей промежуточным питанием.

Охарактеризуем подробнее новые форматы предприятий общественного питания, получившие наибольшую

популярность в России.

Формат FastCasual- "быстрый и демократичный" - этот формат является динамично растущим сегментом в индустрии общественного питания. К достоинствам данного формата можно отнести то, что в одном заведении за сравнительно невысокую плату (средний чек - 600 рублей) можно и утолить голод и провести свой досуг. В заведениях данного формата имеется больший, чем, например, в заведениях быстрого питания, выбор разнообразных блюд, но в то же время, гораздо более быстрое обслуживание, нежели в ресторане. Для открытия заведения такого формата подходят небольшие по площади помещения, но необходимо наличие фабрики-кухни. Это выгодно отражается на стоимости аренды. Каждое блюдо готовится индивидуально для конкретного клиента, при приготовлении используются продукты высшего качества и даже деликатесы. Отличительными чертами, обеспечивающими схожесть с заведениями фаст-фуд, являются: ограниченное меню, быстрота обслуживания, демократичная цена. Подобного рода заведения имеют в основном сетевой формат и франчайзинговую направленность.

QuickServiceRestaurant- это рестораны быстрого обслуживания. Обслуживание гостей производится официантами за столиками, но основной упор делается на то, что этот процесс происходит быстрее, чем в других ресторанах. Средний чек в данных заведениях не превышает 600 рублей. Меню представлено теми же позициями, что и в остальных ресторанах, но ассортимент их весьма ограничен. Такие рестораны работают на полуфабрикатах высокой степени готовности, этим и обеспечивая своим гостям высокую скорость обслуживания. Такой формат в большей степени актуален для проведения деловых встреч, приоритетными местами расположения таких ресторанов служат деловые центры и офисные здания.

CasualDining является форматом, объединяющим все демократичные заведения. При создании ресторанов такого формата, первоочередной задачей является выявление целевой аудитории и места, в котором они будут располагаться, а также важным моментом является определение концепции заведения.

Популярными концепциями в данном формате являются: кондитерская, кофейня, стейк-бар, ресторан национальной кухни. Средний чек в таких заведениях варьируется от 500 до 1300 рублей.

Streetfood - "уличная еда" - этот формат включает в себя уличную торговлю, специализирующуюся, чаще всего, на монопродукте. Средний чек не превышает 300 рублей. Рядом с такими точками практически не организовано место для потребления купленной продукции, покупатель забирает весь товар с собой.

Негласным правилом уличного быстро-пита является "правило одной руки" - предполагается, что человек, купивший еду в точке стрит-фуда, может держать ее одной рукой, а вторая при этом будет свободна. Поэтому везде стремятся создать удобную для этого упаковку. Сейчас такие предприятия представлены, в основном, кофейнями на колесах, основным товаром является кофе и его производные, в дополнение к нему идут круассаны, пончики, печенье.

Fastfood - данный формат включает в себя предприятия быстрого обслуживания. Покупатель делает заказ, оплачивает его и тут же получает. Предприятия данного формата также обычно специализируются на монопродукте. Средний чек здесь не превышает 350 рублей. Это отдельно стоящие или же в составе других здания, как правило, имеющие торговый зал для посетителей, форма обслуживания-самообслуживание.

FoodCourt- "ресторанный дворик". Отличительной особенностью фуд-корта является организация большого количества точек питания в одном месте, например, в торговом или развлекательном центре. Средний чек не более 350 рублей. Такой формат обеспечивает меньшие затраты на организацию бизнеса и большой транзитный поток потенциальных гостей. В данном формате могут присутствовать как предприятия быстро-пита, так и, например, CasualDining.

Freeflow-"свободный доступ". Этот формат предполагает свободное перемещение гостей по торговому залу с последующей возможностью самостоятельного выбора готовящихся в их присутствии блюд. Средний чек до 450 рублей.

FineDining- это формат, включающий в себя рестораны премиум- класса со множеством преимуществ, к которым относятся: дорогой интерьер, созданный лучшими дизайнерами по последним веяниям моды, профессиональный персонал, отменная кухня, огромный ассортимент напитков. Средний чек довольно высокий (от 2000 рублей и выше).

Важную роль в ведении ресторанного бизнеса играет концепция предприятия. Концепция - это креативная подача формата, то есть, это те услуги и определенная атмосфера, которые заведение будет предоставлять своим гостям и вокруг которых будет строиться весь бизнес-процесс.

Предприятие должно быть на шаг впереди, чтобы оставаться популярным и интересным посетителям. Рассмотрим основные существующие и перспективные направления в развитии предприятий общественного питания.

Как показывают исследования, люди готовы питаться вне дома, но не готовы тратить больше. В 2020 году рост потребительских расходов составил 4.8%, но средний чек снизился на 0.5%.[20] Многие стараются экономно перекусить вне дома, поэтому интерес к кофейням и закусочным возрастает. Кроме того, потребители ожидают высокой технологичности и возможности сделать заказ онлайн или через приложение. Также люди больше хотят проводить времени с семьей дома, поэтому все меньше гостей приходят в ресторан, чтобы посидеть несколько часов.

Из сказанного следует вывод, что одним из трендов в общественном питании является быстрый и недорогой перекус. Рынок быстрого питания стабильно растет уже несколько лет подряд, и сейчас доля этого сегмента составляет 46%. Кроме заведений быстрого питания, заметен рост числа кофеен и пекарен (доля 8%), что также подтверждает гипотезу, что потребители хотят иметь быстрый и недорогой перекус. Доля рынка классических ресторанов падает.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 ГОСТ 31984-2012. Услуги общественного питания. Общие требования. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 2 ГОСТ 31985-2013. Услуги общественного питания. Термины и определения. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 3 ГОСТ 30524-2013. Услуги общественного питания. Требования к персоналу. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 4 ГОСТ 32692-2014. Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 5 ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 6 ГОСТ 31987-2012. Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 7 ГОСТ 31988-2012. Услуги общественного питания. Метод расчета отходов и потерь сырья и пищевых продуктов при производстве продукции общественного питания. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 8 ГОСТ 31989-2012. Услуги общественного питания. Общие требования к заготовочным предприятиям общественного питания. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 9 ГОСТ 32691-2014. Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 10 ГОСТ Р 56766-2015. Услуги общественного питания. Продукция общественного питания. Требования к изготовлению и реализации. [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 11 О безопасности пищевой продукции (ТР ТС 021/2011) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: dost.ru (дата обращения 1.05.2021).
- 12 СанПиН 2.3.2.1324-03. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. (Зарегистрированы в Министерстве юстиции РФ 6 июня 2003 г. Регистрационный номер 4654). [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 13 СанПиН 2.3.2.1078-01. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. (С изменениями и дополнениями от 06.07.2011 пост. № 90.Зарегистрированы в Минюсте РФ 22.03.2002 N 3326). [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 14 СанПиН 2.3/2.4.3590-20. «Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания населения» [Электронный ресурс]/ URL: <http://docs.cntd.ru/> дата обращения: 2.05.2021)
- 15 Здобнов А.И. , Цыганенко В.А. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий / Авт.-сост.: Здобнов А.И. , Цыганенко В.А. – К. : , ООО «Издательство Арий», 2010. – 680с.
- 16 Химический состав российских пищевых продуктов: Справочник / Под ред.член-корр. МАИ, проф. И. М. Скурихина и академика РАМН, проф. В. А. Тутельяна. -М.: ДеЛи принт, 2002 - 236 с.
- 17 Алексеева Д. А. Состояние и тенденции развития общественного питания в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 6. С. 151-155.

- 18 Васюкова А.Т. Учебник. Организация процесса приготовления и приготовление сложной горячей кулинарной продукции, 2018.
- 19 Гатина, Л. И. Тенденции развития рынка общественного питания // Молодой ученый. — 2016. — № 7 (111). — С. 816-819.
- 20 Загирова М. С. Современные форматы предприятий общественного питания // Молодой ученый. — 2020. — № 16 (306). — С. 237-239.
- 21 Крылова Р. В. Современные форматы предприятий индустрии питания // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 4(21). С.132-136
- 22 Ли Г.С. Анализ тенденций к повышению конкурентоспособности предприятий общественного питания в России // Молодой ученый. — 2019. — № 2 (240). — С. 242-243.
- 23 Матюхина З. П. Основы физиологии питания, микробиологии, гигиены и санитарии / З.П.Матюхина. — М.: Издательский центр «Академия», 2015
- 24 Милл Р. К. Управление рестораном: учебник для студентов и вузов, пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 535 с.
- 25 Потапова И.И. Калькуляция и учет: учеб. для учащихся учреждений нач. проф. образования/ И.И. Потапова.- М. Образовательно-издательский центр «Академия»; ОАО «Московские учебники», 2011.- 176 с
- 26 Пахомова А.И., Буряков С.А., Журавлева И.И., Уланова К.Н. Роль инновационных технологий в развитии сервиса на предприятиях индустрии питания // Экономика и предпринимательство. 2016. № 6 (71). С. 453-455.
- 27 Оборудование предприятий общественного питания [Электрон. ресурс: Учебное пособие/ В.Ф. Кащенко, Р.В. Кащенко. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 412 с. - ЭБС Znanium.com.
- 28 Организация производства на предприятиях общественного питания: Учеб. пособие / Л.А.Радченко. – Ростов на Дону: Изд-во «Феникс», 2016. – 352 с.
- 29 Чекалдин А. М. Современное состояние и перспективы развития предприятий общественного питания // Вестник НГИЭИ. – 2017. – №. 8 (75).
- 30 Журнал Horeca magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.horeca-magazine.ru>
- 31 Кленмаркет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klenmarket.ru>
- 32 Маркетинговое агентство РБК+ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru>
- 33 Сравнительная характеристика предприятий общественного питания разных форматов в России и за рубежом // Конференции СФУ. URL: http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/pdf/d01/s04/s04_007.pdf
- 34 ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru>
- 35 Mikayilova, R.N. Identification of Consumer Psychological Profile [Tekst] / R.N. Mikayilova // Procedia Computer Science 102:351-358. – 2016. – December . - 78 s.
- 36 Churchill G. Iacobucci D. Marketing research: methodological foundations. Edition 10. - South Western Educ Pub, 2009. - 604 p.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/163959>