

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/26110>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Проектирование предприятий общественного питания

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ 5

1.1 Экономико-географическая характеристика района деятельности проектируемого предприятия 5

1.2 Обоснование выбора места проектирования предприятия 6

1.3 Обоснование типа и мощности проектируемого предприятия 7

2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ 8

2.1 Описание проектируемого предприятия 8

2.2 Организация управления 13

2.3 Организация снабжения и складское хозяйство 16

2.4 Организация производства на предприятии 20

2.5 Организация обслуживания посетителей 25

2.6 Организация производственного контроля и качества продукции 26

2.7 Организация коммерческой деятельности 28

3. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 31

3.1 Производственная программа проектируемого предприятия 31

3.2 Определение количества сырья и необходимых складских помещений 33

3.3 Обоснование выбора оборудования и его размещения в производственных помещениях 37

3.4 Расширение ассортимента продукции 46

4. АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ 51

4.1 Описание генерального плана 51

4.2 Обоснование схемы планировочной функционально-технологической структуры предприятия 52

5. ИНЖЕНЕРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 57

5.1 Электроснабжение 57

5.2 Водоснабжение, водопровод/канализация и вентиляция 58

5.3 Тепло- и холодоснабжение 60

6. ОХРАНА ТРУДА И ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ 63

6.1 Размещение и безопасная эксплуатация технологического оборудования 63

6.2 Электробезопасность 64

6.3 Требования к состоянию микроклимата 65

6.4 Освещение производственных помещений 67

6.5 Меры пожарной безопасности 68

6.6 Охрана окружающей среды 69

7. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 72

7.1 Расчет товарооборота и валового дохода предприятия 72

7.2 Расчет численности и фонда оплаты труда работников предприятия 73

7.3 Расчет издержек производства и обращения 75

7.4 Расчет доходов и рентабельности предприятия 84

7.5 Расчет эффективности инвестиций 84

8. СПЕЦИАЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ 87

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 89

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 91

ПРИЛОЖЕНИЯ 94

Приложение А Планово - расчетное меню музыкального кафе 94

Приложение Б Расчет количества сырья и товаров, подлежащих хранению 165

Приложение В - Расчет площади, занятой под товаром 168

Приложение Г Расчет объема стационарных и наплитных котлов 169

Приложение Д Расчет площади пода стационарных сковород 170

Приложение Е – Расчет площади жарочной поверхности плиты на час максимальной загрузки 170

Приложение Ж - Расчет объема чаши фритюрницы 172

Приложение З – Расчет пароконвектомата 173

Приложение И – Расчет холодильного оборудования горячего цеха 174

Приложение К Технологическая схема приготовления фирменного блюда 175

Приложение Л Пищевая ценность фирменного блюда 178

Приложение М Расчет экономических показателей 181

Приложение Н - Штатное расписание предприятия 186

Приложение О - Расчет суммы амортизационных отчислений 189

## ВВЕДЕНИЕ

Ведущую роль в сфере обслуживания в настоящее время играет деятельность, связанная с общественным питанием. Это весьма рискованный бизнес, так как в конкурентной борьбе собственники вынуждены решать большое количество проблем, львиная доля которых в настоящее время относится к экономической эффективности деятельности. Остальные вопросы касаются управления персоналом и системы обслуживания.

Развитие общественного питания дает существенную экономию обособленного труда вследствие более рационального использования техники, сырья, материалов; предоставляет рабочим и служащим в течение рабочего дня горячую пищу, что повышает их работоспособность, сохраняет здоровье; дает возможность организации сбалансированного питания в детских и учебных заведениях.

Большинство предприятий общественного питания в России являются чисто коммерческими, поэтому главный двигатель рыночной экономики – конкуренция. У посетителей возникает возможность выбора. Основной задачей каждого предприятия является повышение качества производимой продукции и предоставляемых услуг. Успешная деятельность предприятия, достижение целей зависят от того, как предприятие будет организовывать свою деятельность.

Для формирования позитивного имиджа предприятия и привлечения гостей, предприятия проводят различные акции: предоставляются скидки студентам и пенсионерам (завтраки, бизнес-ланчи, комплексные обеды, благотворительные акции), предлагаются разнообразные формы и системы лояльности к гостю, предприятия предлагают блюда разных национальных кухонь и формы обслуживания, ориентированные на среднего потребителя. Таким образом, появляется возможность формирования культуры питания и отдыха вне дома.

Важную роль играет маркетинг – это предвидение, управление, удовлетворение спроса потребителей на кулинарную продукцию. Прогнозировать спрос можно только постоянно, изучая рынок, определяя потребности населения в продукции и ориентируя производство на эти потребности.

В процессе маркетинговых исследований должен быть определен рыночный спрос. Например, предприятие, какого типа надо открыть, каким будет в нем ассортимент кулинарной продукции, примерные ее количества и т.д.

В целом дальнейшее развитие общественного питания в России связано с использованием новейших достижений в области физиологии и гигиены питания, технологии приготовления пищи и организации ее производства и реализации, развитием материально-технической базы отрасли, вводом в действие и освоение современных предприятий ОП, построенных с учетом технологического процесса, оснащенных новейшим технологическим оборудованием.

В настоящее время в городе Чебоксары действуют различные предприятия общественного питания - кафе, рестораны, закусочные, бары, столовые при производственных и учебных учреждениях, пиццерии, фаст-фуд.

Целью данной работы является проектирование и организация производства предприятия общественного питания музыкального кафе с обслуживанием официантами на 52 посадочных места.

Задачи, решаемые в рамках достижения цели:

- обосновать выбор месторасположения предприятия;
- описать организационную структуру предприятия;
- разработать производственную программу музыкального кафе;

- рассчитать технологическое оборудование горячего цеха и его площадь;
- разработать фирменные блюда и технологическую документацию;
- описать генеральный план строительства и инженерное обеспечение предприятия;
- рассчитать экономические показатели проектируемого предприятия.

## 1. ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

### 1.1 Экономико-географическая характеристика района деятельности проектируемого предприятия

Музыкальное кафе предполагается построить в городе Чебоксары в Калининском районе на пересечении улиц Ленинского комсомола и Баумана по адресу ул. Ленинского комсомола, 37 б. В районе строительства находится гостиничный комплекс, оздоровительный центр, административные здания, учебные заведения, медицинские учреждения, магазины, бизнес-центры, офисы и др. объекты. Проект предполагает размещение предприятия в одном из густонаселенных микрорайонов города, в месте интенсивных потоков движения пешеходов, вблизи остановок общественного транспорта, рядом расположена удобная парковка. Территория, на которой находится жилой район ограничивается дорогами общегородского значения. На этот выбор места расположения повлияли следующие факторы:

- близость остановки общественного транспорта;
- техническая возможность строительства предприятия;
- практическое отсутствие конкуренции со стороны других предприятий общественного питания;
- большая численность населения, проживающего в этом районе, которые могут быть потенциальными потребителями услуг предприятия.

Это демократичное заведение, которое работает ежедневно с 12.00 до 24.00. Самое главное – это теплое отношение к гостям, беззаботная, веселая атмосфера и вкусная еда, новое веяние европейского отдыха, воплощенное в концепции заведения. Проект рассчитан на посетителей со средним достатком, регулярно посещающих рестораны, клубы, бары и ассоциирующих себя с продвинутой публикой. В кафе представлена музыка всех стилей и направлений, все мировые старые и новые хиты в обработке лучших ди-джеев.

### 1.2 Обоснование выбора места проектирования предприятия

В Калининском районе проживает 147 тыс. жителей, в районе предполагаемого строительства – 18,1 тыс. жителей.

Расчет потенциального контингента потребителей музыкального кафе представлен в таблице 1.1, а список предприятий общественного питания действующих в данной зоне - в виде таблицы 1.2

Таблица 1.1 - Расчет потенциального контингента потребителей музыкального кафе на 52 места

Наименование объектов в радиусе до 500 м от проектируемого предприятия	Адрес	Количество
проживающих работающих, учащихся		
Режим работающих		
объектов	Время обеденных перерывов на объектах	
Жилой массив ул.Н.Гастелло-ул.Пролетарская-ул.Кадыкова	18100	-
Почтовое отделение, Почта-банк ул.Ленинского комсомола	68/2	10 9-20 скользящий
Административное здание 2 этажа ул.Ленинского комсомола	37 а	50 9-21 скользящий
Аква Лайф, лечебно-оздоровительный комплекс ул.Ленинского комсомола	39 а	30 8-22 скользящий
Административное здание 4 этажа ул.Ленинского комсомола	39 50	8-22 скользящий
Итого		18240

Таблица 1.2 - Список предприятий общественного питания, действующих в зоне проектируемого предприятия общественного питания

Наименование действующих предприятий общественного питания	Адрес	Количество
--	-------	------------

мест Режим  
работы Форма  
обслуживания Характеристика предприятия  
Кафе «Виктория» ул.Дорожный проезд 12 к 1 25 10.00-22.00 Официантами Отдельно стоящее  
Кафе «Мандарин» ул.Ленинского комсомола 50 20 10.00-22.00 Официантами В жилом здании  
Итого 45

### 1.3 Обоснование типа и мощности проектируемого предприятия

Пропускная способность предприятия определяется количеством мест в зале.

Необходимое число мест рассчитывается по нормативам на 1000 человек по формуле:

$$P = N * P_n / 1000, (1.1)$$

где P - необходимое количество мест;

N - число жителей и работающих в данном районе;

$P_n$  - норма места на 1000 человек (принимается 28) [32].

По итогам таблицы 1.1 определяем необходимое количество мест

$$P = 18240 * 28 / 1000 = 651 \text{ место}$$

По процентному соотношению между типами предприятий общественного питания [32] определяем необходимое количество мест для музыкального кафе:

$$C = 651 * 35 / 100 = 228 \text{ мест}$$

Потребность в строительстве предприятия данного типа определяем как разность между расчетным количеством посадочных мест и количеством посадочных мест в действующих предприятиях. В результате сравнения необходимых и имеющихся посадочных мест следует, что для удовлетворения потребностей населения в услугах питания кафе необходимо наличие еще 183 посадочных мест (228-45).

## 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ

### 2.1 Описание проектируемого предприятия

Деятельность предприятия рассчитана на сегмент потребителей «работающая молодежь», являющийся самым востребованным направлением в крупных городах. Режим работы выбран с учетом удовлетворения потребности в питании в дневное время, а в вечернее – дает возможность посмотреть развлекательную программу, потанцевать, послушать отличную музыку. Музыкальное кафе днем - уютное кафе с прекрасной кухней и разнообразным меню, а ночью - отличный клуб с танцполом и зажигательной музыкой. Кафе ждет посетителей с 12.00 до 24.00 ч, без перерыва.

Уникальный и индивидуальный дизайн ночных клубов, ресторанов, кафе – важнейший элемент успеха всего предприятия, так как от оформления и разработки интерьера кафе зависит впечатление посетителей от нахождения в заведении и желание вернуться сюда еще раз. Оригинальные идеи и нестандартные решения стилистики помещения играют ключевую роль в создании правильной атмосферы, новаторский декор ночного клуба – один из залогов будущей популярности.

Интерьер музыкального кафе выполнен в модном сейчас стиле минимализм. Сегодня минимализм – это уже

не просто стиль в интерьере, это стиль жизни. Такой интерьер гармоничен и ненавязчив, после городской суеты и напряженного рабочего дня это оптимальный вариант для отдыха, расслабления и обретения долгожданной гармонии. Все предметы интерьера имеют свое функциональное значение, лишние и ненужные предметы недопустимы при оформлении помещения. Современный минимализм – это организация пространства помещения и света в нем при помощи только тех предметов, которые действительно необходимы и несут какую-то функциональную нагрузку.

Огромная выразительность достигается за счет контрастирующих цветов, материалов. Основные материалы, используемые в стиле минимализма - металл, стекло, бетон, дерево. В интерьере кафе использованы два «любимых» цвета минимализма – черный и белый, а также оживляющий их насыщенный красный.

Стены кафе отделаны белой декоративной «венцианской» штукатуркой, которая имеет отражающий эффект и зрительно расширяет границы помещения. Такой же эффект дает черный глянцевый натяжной потолок. Пол выложен керамической плиткой, зонирование зала производится с помощью цвета пола: белый, черный, красный. Никаких лишних декоративных деталей – только черно-белые гравюры на стенах, обрамленные в тонкие простые рамы.

Большие окна, насыщая пространство светом, соединяют помещение с окружающим миром, делая его частью интерьера.

Общее освещение в кафе создают встроенные в потолок светильники с компактными люминесцентными лампами, освещение столиков осуществляется при помощи белых шарообразных светильников.

Дополнительная подсветка – встроенные в стены и пол люминесцентные лампы.

В кафе установлена строгая и прочная мебель четких геометрических форм – круглые деревянные столики черного цвета и удобные мягкие ярко-красные кресла.

Для сервировки столов используют красные льняные салфетки, белую стеклокерамическую посуду и столовые приборы из нержавеющей стали, дополняющие интерьер в стиле минимализм.

Подсобные столики для официантов размещены у стен между группами столов.

В вестибюле установлены черные геометрические скульптуры, яркие диваны и пуфы.

Униформа персонала – классическая: белая рубашка или блузка, черные брюки или юбка.

Согласно классификации по ГОСТ 30389 — 2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования», кафе – это предприятие питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары. По характеру деятельности данное предприятие является предприятием, организующим производство, реализацию продукции общественного питания и обслуживание потребителей с потреблением на месте и на вынос (вывоз) с возможностью доставки.

По мобильности – стационарное предприятие.

По организации производства продукции общественного питания – предприятие, работающее на сырье (с полным технологическим циклом).

По месторасположению – общедоступное предприятие; по времени функционирования – постоянно действующее, по специализации – пиццерия.

По методам и формам обслуживания – кафе с полным обслуживанием официантами. При обслуживании применяется последующая форма расчета, т.е. расчет осуществляется в конце обслуживания официантами, принимаются как наличные средства, так и расчет по банковским картам.

На данном предприятии используются следующие виды меню:

Меню со свободным выбором блюд. В перечень блюд включены блюда от шеф-повара, фирменные блюда, холодные блюда и закуски, первые и вторые блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки, мучные кулинарные и кондитерские изделия. Напротив наименования каждого блюда указывается его выход и стоимость. Для салатов и блюд, которые изготавливаются вместе с гарниром и соусом, выход записывают одной цифрой. Для блюд, которые подаются с гарниром и соусом, выход записывают дробью. Для блюд, которые подаются совместно со сложным гарниром, обязательно выделяют массу каждого компонента. Меню бизнес-ланча. Посетитель выбирает из небольшого числа наименований холодных закусок, первых блюд, вторых блюд, десертов, горячих и холодных напитков, хлебобулочных изделий. Меню бизнес-ланча пересматривается и корректируется еженедельно, но в течение недели цена на комплекс блюд и их наименования остается неизменной. В меню бизнес-ланча включены блюда из меню со свободным выбором блюд, но их стоимость существенно ниже, чем при индивидуальном заказе.

Сезонное меню разрабатывают из сезонных продуктов.

Банкетное меню разрабатывается при получении заказа на проведение банкета. Оно составляется с учетом количества гостей, основным контингентом, времени и типа мероприятия. Меню банкета отличается большим разнообразием холодных закусок, обязательным включением горячих закусок, наличием одного - двух горячих блюд, десерта, фруктов горячих напитков.

В соответствии с технологическим процессом все помещения предприятий общественного питания подразделяют по своему функциональному назначению на следующие основные группы:

- помещения для посетителей (торговые помещения) — обеденные залы, буфет, вестибюль с гардеробом, умывальные и санитарные узлы;
- производственные помещения - горячий, холодный цехи, овощной и мясо-рыбный, моечные столовой и кухонной посуды;
- складские помещения — загрузочная, кладовые для сухих продуктов, овощей, инвентаря, белья и тары, охлаждаемые камеры для скоропортящихся продуктов и отходов, помещения охлаждаемых камер;
- административно — бытовые помещения — конторские помещения, кабинет директора, комната для персонала, гардеробные, душевые и уборные для персонала;
- технические помещения — вентиляционные камеры, щитовая, тепловой узел.

Все помещения должны располагаться так, чтобы были обеспечены поточность технологического процесса приготовления пищи.

Торговые помещения

В вестибюле предоставлена возможность снять одежду, вымыть руки и подождать пока освободится место. Здесь имеется зеркало, чтобы гости могли поправить прическу, осмотреть костюм.

Гардероб расположен при входе в вестибюль, дальше - туалетные комнаты, они находятся по пути движения посетителей к торговому залу. Количество мест в гардеробе соответствует количеству мест в зале рассматриваемого ресторана в момент наибольшего потока посетителей ресторана. Гардероб оборудован металлическими двухсторонними вешалками с раздвижными кронштейнами.

Туалетные комнаты снабжены горячей и холодной водой, туалетным мылом, зеркалами и сушильными электрополотенцами. Также имеются индивидуальные салфетки для рук и озонаторы. Имеются одежные и обувные щетки для чистки обуви.

В эту группу помещений входят вестибюль с аванзалом, обеденные залы, сервис - бар, гардероб, туалетные комнаты.

Площадь торгового зала определяем по нормам площади на одно посадочное место в зале согласно СНиП 2.08.02 - 89. Площадь торгового зала равна:

$$F = P \cdot d \quad (2.1)$$

где P - число мест в зале, шт.;

d - норма площади на одно место в зале, м<sup>2</sup> (для кафе 1,6 м<sup>2</sup>).

$$F = 52 \cdot 1,6 = 83,2 \text{ м}^2$$

В кафе предусмотрена площадь для танцев и эстрады. Принимаем норму площади для эстрады и танцевальной площадки 0,3 м<sup>2</sup> на одно место в зале.

$$S = 52 \cdot 0,3 = 15,6 \text{ м}^2$$

$$\text{Собщ} = 83,2 + 15,6 = 98,8 \text{ м}^2$$

На основании расчетов принимаем площадь торгового зала кафе 99 м<sup>2</sup>.

Количество столов в торговом зале кафе:

— четырехместных - 13 шт.;

Расчет площади вестибюля

В вестибюле предусмотрены свободные проходы между мебелью и отступы от стоек и зеркал. Площадь вестибюля рассчитывают исходя из нормы (0,3 м<sup>2</sup>) на одно посадочное место.

$$\text{Собщ} = 0,3 \cdot 52 = 15,6 \text{ м}^2$$

Расчет площади гардероба для потребителей

Площадь гардеробной принята из расчета 0,08 м<sup>2</sup> на одно посадочное место при вешалках консольного типа. Длина барьера - 1 погонный метр на 50 пальто. Длину вешалки принимаем из расчета 6 крючков на 1 погонный метр вешалки. Для приема одежды в гардеробе устраивают окно длиной 1,5 м. Площадь гардероба для потребителей составляет:

$$\text{Собщ} = 52 \cdot 0,08 = 4,2 \text{ м}^2$$

Площади технических помещений принимаем без расчета. Тепловой узел, приточная вентиляция 25,0 м<sup>2</sup>, электрощитовая 10,0 м<sup>2</sup>, машинное отделение охлаждаемых камер 10,0 м<sup>2</sup>.

Подсобные помещения

Принимаем площадь помещения для хранения, мытья и сушки уборочного инвентаря и дезинфицирующих средств – 6 м<sup>2</sup>, кладовой сухого мусора – 10 м<sup>2</sup>, камеры пищевых отходов – 4 м<sup>2</sup>.

## 2.2 Организация управления

По форме собственности предприятие является Обществом с ограниченной ответственностью. При данной правовой форме ответственность по всем обязательствам распределяется между всеми учредителями данной организации. Процедура регистрации не занимает много времени и достаточно проста. Для получения необходимых документов необходимо внести определенную сумму для уставного фонда. За финансовую деятельность отвечают учредители, управляет ООО директор. Отрицательные стороны (например, по сравнению с ИП) – более сложная система бухгалтерского учета, обязательное использование ККМ, большие затраты на уплату налогов. Прибыль идет на выплату заработной платы работникам и дивидендов учредителям. Прекратить существование ООО возможно только при осуществлении процедуры банкротства.

Руководство предприятием осуществляет директор, в подчинении у которого бухгалтер и заведующий производством.

Директор организует планирование и координацию деятельности предприятия,

1. ГОСТ 30389 — 2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования»
2. ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия»
3. ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования»
4. ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения»
5. ГОСТ 31989-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования к заготовочным предприятиям общественного питания»
6. СНиП II-Л.8-71 «Строительные нормы и правила. Предприятия общественного питания. Нормы проектирования».
7. Каталог оборудования : фирма «Торговый дизайн». – М.: Торговый дизайн, 2004. – 135 с.
8. Ковалев Н.И., Куткина М.Н., Кравцова В.А. Технология приготовления пищи. – М.: Деловая литература, 1999. – 468 с.
9. Кучер Л. С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник / Л. С. Кучер, Л. М. Шкуратова. – М.: Деловая литература, 2002. – 544 с.
10. Лоусан Ф. Рестораны, клубы, бары: планирование, дизайн, управление / Ф. Лоусан. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2004. – 392 с.
11. Могильный М.П. Справочник работника общественного питания. – М.: Дели. – 2011. – 656 с.
12. Никуленкова Т.Т., Ястина Г.М. Проектирование предприятий общественного питания.- М.: КолосС, 2006.- 247 с.
13. Проектирование предприятий общественного питания : справочное пособие к СНиП 2.08.02-89 / Государственный научно-проектный институт учебно-воспитательных, торгово-бытовых и досуговых изданий. – М.: Стройиздат, 1992. – 109 с.
14. Профессиональное оборудование для ресторанов, баров и кафе. Каталог. – М.: Компания деловая Русь, 2002. – 128 с.
15. Пятницкая Н. А. Организация производства и обслуживания в общественном питании. Практикум : учеб. пособие / Н. А. Пятницкая. – Киев: Выща шк., 1990.—271с.
16. Радченко Л. С. Организация производства на предприятиях общественного питания : учебник / Л. А. Радченко. – изд. 5-е, доп и перераб. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005. – 347 с.
17. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания/сост. Ананина В. А. и др., под ред. Ф. Я. Марчука.-М.: Хлебпродинформ, – Ч. 1-2.1996-2009.
18. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания: Сборник технологических нормативов. В 2 ч. Ч.1/под ред. Ф. Л. Марчука. – М.:Пчелка, 1994. – 621 с.
19. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания: сб.

- технологических нормативов. В 2 ч. Ч. 2/под ред. Н. А. Луния. – М.: Хлебпродинформ, 1997. – 558 с.
20. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. – М.: Экономика, 1983. – 720 с.
21. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. 1 ч. Сборник технологических нормативов. М.: Хлебпродинформ, 1996. – 616 с.
22. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий национальных кухонь народов России. – М.: ВИКА, 1992. – 624 с.
23. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. – М.: Экономика, 1987. – 295 с.
24. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания / сост. А. В. Павлов. – СПб.: ПрофиКС, 2003. – 296 с.
25. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. – СПб.: Гидрометиздат, 1998. – 296 с.
26. Сборник технических нормативов. Сборник рецептур на продукцию общественного питания / сост. М.П. Могильный. – М.: ДеЛи плюс, 2011. – 1008 с.
27. Сборник технологических нормативов. М.: Хлебпродинформ, 2004. – 640 с.
28. Справочник руководителя предприятия общественного питания / А. П. Андронов, Г. С. Фонарева и др. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 2000. – 664 с.
29. Справочник технолога общественного питания. – М.: Колос, 2000. – 415 с.
30. Технология продукции общественного питания: Учебник / Мглинец А.И., Акимова Н.А., Дзюба Г.Н. и др.; Под ред. А. И. Мглинца. – СПб.: Троицкий мост, 2010. – 736 с.
31. Ястина Г.М., Несмелова С.В. Проектирование предприятий общественного питания с основами AutoCAD. Троицкий мост, 2012, СПб. – 288 с.
32. <http://www.frio.ru> - Федерация рестораторов и отельеров
33. <http://www.horeca.ru>. – индустрия питания
34. <http://www.restoved.ru> – ресторанная индустрия

*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/26110>